國防大學政治作戰學院新聞學系 碩士論文

青年日報改版後效果表現指標建構之研究 -以民國 106 年度改版為例

A Study on Constructing The Performance Indicators
Used to Explore The Revised Edition of Youth Daily
News-A Case Study on Youth Daily News Revised
edition in 2017

研究生: 孫承祖

指導教授:傅文成博士

中華民國一〇七年六月

論文口試委員審定書

國防大學政治作戰學院新聞學系新聞碩士班學位論文 口試委員會審定書

青年日報改版後效果表現指標建構之研究-以民國106年度改 版為例

本論文係孫承祖(學號1070720209)在國防大學政治作戰 學院新聞碩士班完成之碩士學位論文,於民國107年5月15 日承下列考試委員審查通過及口試及格,特此證明

委	員兼	召集	人	爱元荣
指	導	教	授	少文氏
委			員	憲元子
委			員	4826
委			員	到 天 11
學	系	主	任	13 Th
				中華民國 107 年 5 日 15 日

結准

~人生有夢,築夢踏實。有夢最美,希望相隨~

這句話想必大家都耳熟能詳,但也最能代表我此刻的心情,回首軍校求學七年,從中正預校三年到政戰學校四年,自己真的做夢也沒想到能再回到自己的母校念書,而兩年前報考新聞研究所時,對於自己其實沒有很大的信心,因為軍校四年期間,個人成績並非名列前茅,因此,進入這另一個學術的殿堂時,總是誠惶誠恐的學習,而這兩年求學期間,心中更是充滿無限感激,也有許多要感謝的人,在我人生旅途中,面臨重要轉折點的時候,有這個機緣接觸到許多了良師益友,也因為有了他們的幫助,使我在求學的過程中能披荊斬棘,關關難過關關過,更開拓了我生命中的另一個眼界,對於他們我只有感激感激再感激。

首先,要感謝我的太太徐螢箴。在我研究所求學期間,日夜忙碌於研究與寫 作時,都是她獨自一人一邊工作、一邊照顧小孩的起居、課業與接送上、下學, 這是我對她最大的虧欠,在此也要感謝她在背後默默的支持。

其次,一定要好好感謝我的指導教授傅文成老師,雖然在軍中論輩份,我是老師的學長,但我個人認為「聞道有先後、術業有專攻」,傅老師在學術上對於母校的貢獻,是值得敬重的,而這兩年來,不論課業與論文寫作,也都承蒙老師的指導,對於研究的方向、觀念的啟迪、架構的匡正與求學的態度都很細心與耐心地教導,讓我不敢鬆懈,於此獻上最深的敬意與謝意;更承蒙口試委員閻亢宗老師和謝奇任老師悉心審議與惠賜之建議,在我陷入一片渾沌思考中,指引出錯誤,讓我的論文內容更臻完備,另外,也要感謝劉建鷗老師與陳竹梅老師,從我唸政戰學校新聞系四年與新聞研究所期間對我的鼓勵與指導,引領我進入研究之門,讓我有機會一窺學術研究的另一層面,感激也很感恩!

此外,也要感謝曾經參與問卷施測與訪談的蘋果日報記者王烱華先生、中國時報記者呂昭隆先生、聯合晚報採訪組副主任高凌雲先生、聯合報記者程嘉文先生、自由時報記者羅添斌先生,青年日報社長孫立方上校、總編輯方正上校、副總編輯楊宏康上校、數位組組長王勇智中校、採訪組組長黃一翔中校,世新大學新聞系客座教授黃肇松老師、銘傳大傳播學院院長倪炎元老師、廣電系主任杜聖聰老師、文化大學新聞系周慶祥老師、羅彥傑老師、康寧大學閻亢宗老師以及軍中同袍羅國禎中校、何暉宗中校、姜至修上士、陳臣亭中士、祁欣儀上兵等人的建議,感謝大家在我論文寫作過程中的協助,我才能完成我的學業。

最後,對於所有幫助過我、關懷過我的人,都致上由衷感謝。有句話說「只 因每個故事都有結局,所有的福緣憂喜,好似都似既定的安排,如果不能選擇, 就好好珍惜」,畢業既是結束,也是開始,期許個人在未來的人生旅途上都能勇 往直前,以更開闊的胸襟、更積極的觀點、更謙虛的態度,盡力扮演好自己的角 色,珍惜身邊的每一項事物!

承祖 謹誌於北投復興崗

中文摘要

本研究企圖建構出軍報報版改版後效果的指標,分別邀請資深具實務工作經驗之新聞從業人員、負責青年日報實際主導改版編版之人員與長期致力於新聞且學有專精的傳播研究之學者、區分產(業界)、官(軍方)、學(學者)三大領域共15位學者、專家及5位一般閱聽眾,針對青年日報改版後在「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等構面上,採用修正式德菲法進行探討與指標建構,藉以聚斂專家集體決策意見,並建構出一套符合青年日報改版後效果指標及整體經營策略的指導方針,為「青年日報」在報紙改版後的經營方針與編報模式建構其效果表現指標,最後並以深度訪談,彌補本研究在修正式德菲法分析上的不足,期望能提供需求單位在報版改版後之整體編版設計策略、未來改革及規劃方向與爾後研究者之參考運用。

經本研究修正式德菲法統計結果,區分為「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面33項指標,供後續需求單位或研究者參考運用。最後,本研究依修正式德菲法資料分析與深度訪談結果提出以下建議:

壹、理論上:

- 一、建構軍事新聞內容的專業性、消息來源可靠性與正確性,滿足閱聽眾的「資 訊需求」。
- 二、有效運用視覺化方式設計標題與資訊圖表、提高閱讀者閱報率。
- 三、強化頭版版面製作的獨特性、刺激閱讀者閱讀與購買意願。
- 貳、實務政策上:
- 一、依照效果表現指標重要性程度,決定改版後報版編版緩急處理順序。
- 二、以閱聽眾立場思考,強化視覺化圖像整合。
- 三、整合各軍種報刊、將紙媒效益發揮極大化。

National Defense University

關鍵詞:指標建構、修正式德菲法、國軍、深度訪談、青年日報。

Abstract

This study attempts to construct an index of the effectiveness of the military newspaper revision. It invites experienced journalists with practical work experience, personnel responsible for the correction and edition of the pages of the Youth Daily, and a long-term commitment to journalism and dissemination of specialized knowledge. The scholars divided the production (industry), the official (military), and the academic (academic) from a total of 15 scholars, experts, and five general readers. After the revision of the Youth Daily, they were published in the "Reporting Layout Title" and "Reported The content of the "print content", "press printing level", "press layout design", "service coverage of newspapers and newspapers" and other aspects are used to explore and construct indicators using the modified Defi method so as to arouse the collective decision-making intention of experts. A set of guidelines that meets the results of the revision of the Youth Daily and the overall business strategy will be constructed to construct the performance indicators for the "Yan Daily" newspaper's operating principles and reporting model after the revision. Finally, in-depth interviews will be used to make up for the Study the deficiencies in the analysis of the modified Defeh method and expect to provide the overall strategy for design and future reforms of demand units after the newspaper version is revised. Direction and planning of the use of investigators later reference.

The statistical results of the revised Defe method are divided into five significant structures: "press layout title," "press version content," "press printing level," "press layout design," and "service category clip reporting efficiency." Top 33 indicators for reference by subsequent demand units or researchers. Finally, this study proposes the following suggestions based on the results of the analysis and in-depth interviews of the modified Defi method:

Theoretically: (1) build the professionalism of military news content, the reliability, and correctness of sources, and satisfy the "information needs" of the audience. (2) the Practical use of visual methods to design titles and information charts, improve readers to read the newspaper. (3) to strengthen the uniqueness of the front page layout and stimulate readers' read and purchase intentions.

Practice Policy: (1) according to the degree of importance of performance indicators, decide the order of revision of the newspaper editions. (2) to consider the audience's position and strengthen visual image integration. (3) Integrate Newspapers and magazines of various services and maximize the effectiveness of paper media.

National Defense University

Keywords: Establishment of Indicator, Delphi Method, R.O.C. defense sectors, In-depth Interview, Youth daily

目錄

論文口試委員審定書	I
謝誌	II
中文摘要	III
Abstract	IV
目錄	
表目錄	
圖目錄	
第一章 緒論	
第一節 研究動機	
第二節 研究目的	
第三節 研究架構與流程	
第二章 文獻探討	
第一節 國軍文宣策略	
第二節 專業報的定義、類型與發展歷程	22
第三節 使用與滿足、資訊尋求與傳播效能	
第四節 版面編排設計與視覺圖像化	38
第三章 研究方法	
第一節 修正式德菲法(Modified Delphi Method)	
一、修正式德菲法之意涵與原理	
二、修正式德菲法之優點	
三、修正式德菲法之限制	52
四、修正式德菲法之應用	
五、修正式德菲法在本研究中之運用	
第二節 研究施測步驟及流程	
一、指標蒐集與處理	
二、建立修正式德菲法測量工具	
三、選取專家小組成員 四、問卷調查之流程	79
五、資料整理與統計分析	
六、深度訪談(In-depth Interview)	87
第四章 資料分析與解釋	
第一節 修正式德菲法問卷結果分析	95
第二節 深度訪談分析	129
第五章 研究結論與建議	139
第一節 研究結論	140

第	二節 研究建議	145
第	三節 研究限制	151
參考文	彪 (. 153
附錄 1	三回合修正式德菲法問卷數據統計表	. 166
附錄 2	深度訪談逐字稿/蘋果日報記者 王烱華	. 178
附錄 3	深度訪談逐字稿/青年日報社長 孫立方上校	. 188
附錄 4	深度訪談逐字稿/銘傳大學廣電系主任 杜聖聰	. 191
附錄 5	本研究修正式德菲法第一回合問卷	. 203
附錄 6	本研究修正式德菲法第二回合問卷	. 213
附錄 7	本研究修正式德菲法第三回合問券	. 235



National Defense University

表目錄

表 3-2-1	青年日報 106 年度改版專家滿意度調查報告專家學者訪談結果	63
表 3-2-2	青年日報報版改版效果表現指標	71
表 3-2-3	修正式德菲法小組成員專業背景簡介	83
表 4-1-1	修正式德菲法第一回合已達一致與刪除後修改或新增之題項	96
表 4-1-2	修正式德菲法第一回合專家學者與一般閱聽眾建議事項綜整	97
表 4-1-3	修正式德菲法第二回合已達一致之題項	103
表 4-1-4	修正式德菲法第二回合專家學者與一般閱聽眾建議事項綜整	106
表 4-1-5	修正式德菲法第三回合已達一致之題項	114
表 4-1-6	本研究修正式德菲法問卷完成聚斂題項一覽表	119
表 4-1-7	本研究修正式德菲法專家意見未達一致及刪除題項之說明一覽表	124
表 4-2-1	<u>參與深度許談之事家學者名單</u>	129



圖目錄

圖 1-3-1	本研究架構圖	.14
圖 1-3-2	本研究過程流程圖	.16



National Defense University

第一章 緒論

第一節 研究動機

根據國防部政治作戰局政戰資訊服務網內以及青年日報社提供有關史政資料顯示¹,「青年日報」(Youth Daily News)是我國政府播遷來台之後,所發行具有軍方背景與軍事專業的中文報紙,它除了進行一般性新聞報導之外,同時對於國軍部隊官兵負有宣教的任務。起初為只在國軍軍事單位發行的小型報刊「青年戰士報」,1952年,國防部總政治部(今國防部政治作戰局)為了能加強國軍部隊官兵的精神思想教育、鼓舞軍心與提振士氣,歷經半年的籌備與擘劃,於該年10月10日創辦了「青年戰士報」;但當時篇幅僅為一張四開的小型報紙。另在1957年開放給社會大眾訂閱,隨後於1984年改名為「青年日報」。並接著在創刊之後逐年擴張版面,到了報禁解除之後,共擴版為四大張的報紙。

「青年日報」於 1952 年 10 月 10 日創刊後迄今已發行 65 年,期間共歷經了六度改版,為國內唯一發行的軍事專業報。2007 年,「青年日報」由綜合性報導型態轉型為專注於國防及軍事領域相關的報刊,每日出刊四大張、16 個版面;版面內容包括要聞、國際、軍事焦點、綜合新聞、論壇專欄、新視界及生活消費、藝文、副刊、影劇、體育等新聞版面,迄 2013 年 7 月 16 日,針對國軍官士兵、榮民、軍眷等主要讀者需求,以創新、活潑,兼具深、廣度之原則執行精進採編作業計畫,紙本篇幅由原本 30 吋縮減為 27 吋,同時重新調整各版主題,提升國防軍事新聞比例,以國軍官兵為主要受眾,並提供社會大眾與軍隊官兵各類國防資訊,「青年日報」的風格以主要報導軍事、青年、藝文教育等方面新聞與嚴守中立為特色,並配合中華民國政府政令相關宣傳及國防施政文宣,且對於正面性與的光明面方面的新聞會大篇幅報導,並以「媒體的清流、軍民的橋樑、青年的朋友」為

¹中華民國國防部青年日報社(2012)。《輝耀一甲子》。台北:青年日報社。

自許,獲得社會大眾的支持、讀者的肯定;接著於 2014 年 4 月積極推展社群網路營運,除了青年日報(軍事新聞網)網站外,亦同時成立青年日報臉書專頁及 Flickr網路相簿等等,並配合國軍各項戰備訓練及全民國防等活動,提供即時的軍事新聞資料。「青年日報」在平時主要目的是在宣揚中華民國政府政令及國防施政相關文宣;到了戰事發生時,則會配合軍方,立即派遣戰地記者並編印戰地快報,對外敵展開文宣心理戰,對內則展開部隊心理防禦。該報也被譽為是極具權威之軍事專業新聞報紙,也是目前我國唯一的國營報紙。

當然,在國外也有類似由軍方所發行的專業報紙,例如美國的「星條旗報」,該報創刊於 1861 年 11 月 9 日。當時美國正處於南北戰爭的內戰之中,一群聯邦的官兵占領了一家報社之後,便利用其印刷設備,印製了第一期的「星條旗報」。但當時僅出版了一期。到了第一次世界大戰後期(1918 年 2 月 8 日), 法國的巴黎,則再次出現以了「星條旗報」命名的報紙,它是每周出版一期,並把美國遠征軍部隊視為其主要的讀者。除了從美國本土透過電報傳遞新聞外,「星條旗報」同時還刊登了許多反映軍隊生活的自創詩歌、故事、論文、漫畫等。然而,到了 1919年 6 月 13 日,「星條旗報」因故再次停刊。據停刊當日統計,第一次世界大戰期間一共發行了 71 期的「星條旗報」,報紙的最高銷售量達到了 52.6 萬份,共有 350 名士兵為報紙服務。

另外,直到 1942 年 4 月 8 日,「星條旗報」在英國倫敦再次復刊。該報起初定 調為周報,每期四版;後改為日報,每期八版。報紙的編輯人員,更隨著駐外美 軍來到前線,給他們帶來新聞的信息,這使得報刊的業務不斷拓展,曾經一度在 歐洲、北美、中東和夏威夷擁有 25 個出版點。到了第二次世界大戰結束後,「星 條旗報」成為美國國防部為駐外美軍出版的報紙。如今「星條旗報」是以公辦民營型 態獨立運作,每年有三分之一的經費是由美國的國防部資助,報刊內容以美國軍 方消息、國際新聞為主,並向全球各地的美軍發行,同時針對不同地區發行相應 的版本,如針對遠東地區發行的「太平洋星條旗報」,但不論名稱為何,可以看得 出來都是以報導軍中事務或是傳的軍事訊息的報紙,其對象大多為軍隊官兵。

麥克魯漢在 1964 年曾於《理解媒介:論人的延伸》一書中,提出一句名言:「媒介是人的延伸(The Media is The Message)。」這句話的意思完全顛覆了人類對訊息的概念,在過去,人們的認知是只知內容是訊息,但對於媒介本身的影響力卻是完全的忽略,而麥克魯漢的這句話讓人類發現,原來在使用不同的媒介時,我們的使用行為卻已經在慢慢改變,而這些改變會導致人們在使用不同媒介的時候,產生態度上的改變,在思維與想望未能觸及的地方,媒體所扮演的角色,即是引領人們閱讀、觀看與省思,世界的喜怒哀樂、華麗與壯觀;也讓許多無以數計手無寸鐵的記者,為了崇高的新聞理念,總是自願前往烽火的戰地,他(她)們出生入死,只為將第一手的畫面傳回世人眼前,這是身為媒體人最值得自傲的情操與使命感;隨著傳播科技進步一日千里,閱聽人的角色從被動逐漸轉為主動,人們對於「知的權利」的渴望,已遠遠超過以往的任何時刻,這是現代媒體必須面對的挑戰,也是媒體持續進化與改變,最重要的動力。

基此,為順應潮流、結合社會脈動、適應讀者需求,「青年日報」於 2017 年 4 月 1 日再次進行改版,以 27 吋報版規劃,採 2 大張對折、裁切為 16 個版面,並針對 E 世代青年的理念與需求進行編纂,版別區分為頭版、軍事焦點、寰宇軍聞、軍視界、論壇、專刊、樂在生活、副刊及廣告,加強軍事新聞專業特色,並保持新聞彈性機動增張調整空間,以期維持新聞能量,滿足讀者需求,較改版前更聚焦軍聞報導,以及持續提供國防文宣刊登功能,呈現軍事專業報特色。另參酌各界意見,整合陸軍忠誠報、海軍忠義報、空軍忠勇報、後備忠愛報、憲兵忠貞報印刷、發行,採委外印製,使用高白新聞紙,提升紙質,並統一發行管道,增加運送效能。此一作法,係藉由整合國軍報紙整體規劃操作模式與節省運送經費等方式,以提升並擴大影響範圍。

事實上,報紙在臺灣媒體領域中,一直扮演著訊息傳遞的重要角色,然而, 自政府宣佈解除報禁之後,廣播與有線電視、衛星電視便陸續開放,且隨著網際 網路的普及所帶動的電子媒體興起,導致傳統報業的經營已面臨了相當嚴峻的挑戰」(洪梧棟,2014)。而我國每日出刊的報紙—「聯合報」、「中國時報」、「自由時報」—長久以來是臺灣嚴肅新聞的指標。但 2003 年香港商人黎智英創辦「蘋果日報」,自香港的辦報理念植入臺灣報紙市場的競爭,並以通俗取向的新聞快速的在臺灣崛起。「蘋果日報」的競爭力讓當時我國的四大報—「聯合報」、「中國時報」、「自由時報」備感威脅,民眾的閱報率在幾年下來,更逐漸被「蘋果日報」所超越。2003 年 5 月「蘋果日報」在臺灣出刊後,對於臺灣報業發展的生態更產生了巨大的改變,其主要目的不外乎是為了吸引讀者,因此,該報在版面的編排與設計下,大多採取視覺圖像化的編輯策略,站在閱聽眾日常生活的角度來呈現新聞內容,更打破了以往臺灣傳統報業的編採模式,也成功地吸引許多讀者。相對地,在行銷概念引導之下,報紙發行人和編輯也越來越趨向依照消費者的喜好來編輯版面,導致「版面設計」成為各報在激烈的市場競爭中的主要行銷策略,其目的就是為了設計更吸引人的版面,以貼近讀者的需要,進而提升自己報紙的發行量與市場佔有率(林官箴,2002)。

此外,關於軍報,雖然早從報禁解除前就已發行全台,但過去的研究者大多僅針對大眾媒體的閱讀喜好、閱讀行為或滿意度作探討,很少有研究者參與相關之閱聽人及報版設計效果表現指標之研究;再者,軍報的目標讀者為國軍官兵,因此如何吸引官兵同袍的目光,提升閱報率與滿意度,首先就要瞭解閱聽眾的閱讀習性、偏好與滿意度以及報版的設計,才能獲知報版所提供訊息之效果是否完善。

事實上,「青年日報」的讀者以軍中成員佔 85%為主、年輕官兵居多,其功 用除了讓官兵弟兄了解目前國防施政重點及生活休閒娛樂之外,也是各級政戰幹 部每周莒光日宣教資料的重要參考之一。然而,依據頭版設計與年輕讀者閱報效 應等論文研究發現,國內年輕讀者喜好活潑化圖像,而視覺化的設計也可以增加 報紙的銷售量。此外,國內小型報發展及圖文並茂編排風格,也深深影響了新世 代閱讀的習慣,給讀者耳目一新的感覺。加上由於目前在軍中服兵役的役男年紀 均較輕,以及電子媒體和網路媒體的興起,導致新世代的閱聽眾,進入了所謂的 新聞「視覺化」時代,因此,為了使這些年輕的讀者在電子、網路媒體的衝擊下, 更能適應平面媒體的閱讀方式,「圖像化的思考」儼然就成為了新版面設計的重 要原則,也因此使得「視覺化導向」成為報紙版面設計的主流(洪梧棟,2014)。 事實上,圖像化思考並不是一項新的發明或是新的技術,而是人類與生俱來的天 賦。根據現代大腦科學以及演化學的研究發現,圖像思考是雙眼生物演化的結果 之一,美國羅傑·斯佩里博士(Roger Wolcott Sperry)在1981年的研究中發現,人 類的大腦可以分為左右半腦,它們分別掌管不同類訊息的處理機制,而透過兩腦 的中央,訊息才得以相互交流。大致上來說,左腦控制著視覺、聽覺、味覺等等 五感以及需要大量邏輯運作的部分;而右腦則重視圖像、空間等運作。 再者,依 據陳婷、李雅婷、邱媺涵等人在 2010 年圖文傳播藝術學報中所提出有關大學生偏 好報紙版面設計之研究中,認為臺灣各家的報紙,在蘋果日報出刊後,其版面講 求視覺圖像化的編排方式,便使得臺灣報業生態產生了巨大改變,因此,為了吸 引讀者,在版面的編排與設計上,便採取了圖像化的編輯策略,並強調以讀者日 常生活的角度來呈現新聞內容,這打破了臺灣報業傳統的編報模式,也成功地吸 引了更多的讀者閱讀(陳婷、李雅婷、邱媺涵,2010)。

當然,面對網路行動裝置的普及化,讀者對網路新聞需求增加,當今主流閱聽眾資訊閱讀模式,轉變為短時間、迅速瀏覽方式,國內外各大報媒亦朝向數位積極發展。故「青年日報」配合本次改版,也順應時代潮流,除紙本調整版面尺寸及編排風格,並增加電子報內容,以更貼近讀者閱讀模式。另為滿足多樣化數位閱讀方式,除於網路書城提供數位雜誌訂閱外,亦建置行動新聞 APP,整合網路與紙本特性,提供每日數位報紙閱讀,官兵只要下載安裝 APP,即可閱讀青年日報及各軍軍種報紙,讓軍報走出中山室。但此一在國軍軍事新聞報導方面的創舉,是否能獲得閱聽眾的喜愛與滿意,亦是值得後續觀察與研究的重點。另洪梧棟曾

於 2014年以問卷調查方式針對青年日報改版之閱讀行為進行研究,以瞭解國軍官兵讀者對「青年日報」之閱報行為、報紙屬性、重視程度、閱報滿意度及對報紙版面編排的偏好,並透過不同人口統計變項的差異性考驗及變項間的關聯性解釋,對比文獻內容,探討其相同或相異情形,同時提出綜合性建議,然而,隨著網路科技發達,青年日報亦成立臉書專頁,積極與閱聽眾互動,效果如何,仍有待持續研究觀察,故本研究為彌補問卷調查之不足,採用修正式德菲法,結合產、官、學界,學有專精之專家獨立的反覆主觀判斷,以獲得相對客觀的信息、意見和見解,進而逐步整合專家集體決策意見趨於一致,萃取相關指標,並針對「青年日報」報版改版後紙本編輯策略與報社經營策略重點,從「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大類面向探究報紙改版後的主要效果表現指標為何,且對於讀者之閱讀行為、資訊尋求、生活型態與滿意度是否產生一定程度的影響,是本研究所要積極推論與探討的問題。

此外,在了解上述「視覺圖像化」對於報紙乃至於報社經營的重要性之後,本研究試圖聚焦於「軍報報版改版效果」這一部分,為需求單位在報紙改版後的經營方針與編報模式下,建構一套效果表現指標,期望能對需求單位未來執行改版後報紙編版與設計時能有所貢獻,並持續為讀者提供更好的服務、更快速且準確的報導,也更能吸引年輕世代的青睐。

National Defense University

第二節 研究目的

過往的傳播研究將閱聽眾視為被動接受者,媒體內容有著強大的效用,致使接受者可完全認同,但隨著時代與環境的轉變,轉為考量閱聽眾如何做主以及選擇媒體內容。故擬從閱聽人的角度研究,就「使用與滿足取向」綜整出具邏輯性的傳播模式,並考量閱聽人社會或心理上所產生的需求,以致對媒體或他訊息來源有所期待,而產生不同觸及媒體(或其他活動)的方式,使閱聽人滿足其需求或產生其他結果。

然而,在現代化報業發展中,透過「新力量」與社群媒體的驅使下,閱聽人的角色已經不單純只是傳統的受眾而已。大部分閱聽人現在都有能力透過社群傳遞資訊給自己所屬的社群,同時在這個過程中也不斷進行內容策展,想要盡量影響傳播的過程。由於幾乎每個閱聽人與傳統媒體間已經並非單向的接收關係,而是處於同一對話場域的參與者。因此,「青年日報」對於閱聽人實在有了解的必要性,同時,面對網路科技的發達,對於「青年日報」而言,其作業方式、價值、傳播方式、獲利模式等,都需全盤調整,不能再以舊力量方式來建構媒體,而應該快速與閱聽人站在一起,採取新力量的精神,並扮演新聞產製協調者的角色,至於改版後如何將閱聽眾納入新的新聞報導與產製體系,藉以吸引更多讀者願意閱讀「青年日報」,會是青年日報社未來幾年最嚴肅的課題。

此外,到了1996年,隨著我國黨、政、軍退出媒體後,「青年日報」成為不只是行銷軍中,也是行銷民眾的重要媒體。另外,二十年前,隨著時代的變遷,閱聽眾對媒體的使用行為產生了變化,新聞報導載具的改變,也促成了紙媒型態的改變。

因此,本研究主要為因應臺灣民眾媒體使用行為的改變,藉由閱聽眾對「青年日報」偏好的版面版型及閱讀後的滿意度,探討軍報的改版成效,並瞭解「青年日報」的讀者組成與其閱讀行為。另將依照過去傳播研究的討論面向,由使用與滿足

理論切入,以使用者為滿足其資訊需求為後設,先瞭解讀者對青年日報紙本使用意圖的變項,進而針對「青年日報」紙本改版後,報社經營策略模式,從閱聽眾的閱讀行為形塑其對整體報紙的影響,並探討傳統報與電子報閱聽人群在資訊尋求與閱讀行為的關聯性。傳統報與電子報儘管都是大眾傳播媒介的一環,但兩者在樣貌與本質上卻有著相當大的不同。傳統報紙指的是運用油墨印刷的方式將編輯妥善的新聞、廣告等資訊印製於紙張之上,再由車輛等交通工具與人力輸送到閱聽人手中。電子報指的是將新聞、廣告數位化,並在編撰後置放於Web伺服器上,由閱聽人主動上網連線,並在網頁瀏覽器中進行閱讀。因此,從閱聽人的角度與立場而言,兩者在其資訊尋求與閱讀行為兩方面必然會有所不同。

事實上,在使用與滿足理論中,閱聽人使用媒體是相對主動,且具有選擇性的,若某一媒體無法滿足閱聽人的使用需要,則閱聽人便會選擇替代方案作為汲取資訊訊息的媒介,且由於一般人所閱讀的報紙與其資訊獲得的方式息息相關,故衡量閱聽眾的資訊尋求是相當妥適的方式。

另外,讀者滿意度亦是刊物品質優劣的指標之一。對國軍而言,讀者滿意度 則象徵著宣教成效的良窳。為瞭解國軍官兵對青年日報的評價,必須透過滿意度 調查來得知,方能精進現有的行銷傳播策略與編報方向,以提升讀者閱讀興趣, 讓「青年日報」有更佳的宣傳成效。然而,國內針對國軍刊物滿意度的研究仍付闕 如,故閱讀改版前後之「青年日報」,對閱聽眾所產生之效果為何是本研究探討的 重點之一。

此外,顧客滿意度在商業界與消費者行為研究之中是一個重要的核心概念。透過對影響顧客滿意度的因素進行分析,發現影響顧客滿意度的因素及消費行為之間的關係,運用最優化的成本來有效的提升影響顧客滿意度的關鍵因素,進而達到改變消費者行為,建立和提升顧客忠誠度,達到減少顧客抱怨和顧客流失,增加重覆性購買行為,創造良好口碑,提升企業的競爭能力與盈利能力的一種研究方法。故顧客滿意度一直被視為企業經營管理最重要的評估指標。就平面媒體

而言,顧客就閱聽眾,要如何使閱聽眾能對產品或服務感到滿意,衡量讀者滿意 度及改善讀者滿意度相關作為則是必須共同關切的課題。雖然「青年日報」不具有 商業的性質,但卻是國軍成軍以來,重要的戰略溝通與文宣傳播工具。若瞭解國 軍人員對「青年日報」紙本改版後效果為何,勢必能助於提升文宣傳播與凝聚向心 的功效。

然而,在民主社會過程中,國防政策以及國軍作為都必須接受全民監督,再者,臺灣媒體發展蓬勃迅速,且其生態傾向以市場導向為主,而目前各家報社也都面臨到紙媒經營困難的窘境,加上隨著現今影音串流勢不可擋的浪潮,「青年日報」也唯有大步前進,逐步跨越紙本媒體的框架,積極發揮網路宣傳的能量,才能深化影響力。

事實上,當媒體科技普遍以大數據嗅知世人品味,並採用演算法精確主宰人們的眼球,且當眾多民間媒體採取八卦當道、爆料為尊的時刻,「青年日報」在改版後,如何一本媒體初衷與專業義理,貼近官兵讀者報導,透過紙媒及數位平台,定位為軍事專業報,在軍事議題上成為權威的代表,做「品牌區隔」,不做報量競爭,而是競爭小眾市場的「影響力」,殊值重視。

綜上所述,本論文期待發展一套「軍報報版改版之效果表現指標」,透過修正式德菲法,藉以整合專家集體決策意見,萃取相關指標,最後並輔以深度訪談,逐步建構一套符合「青年日報」紙本改版需求及特性之「軍報報版改版之效果表現指標」,提供需求單位與爾後研究者之參考運用。故本研究之目的為:

- (一)瞭解「青年日報」讀者之特徵、閱讀行為、對報紙滿意度,以德菲法,從產、官、學界,建構「青年日報報版改版後效果表現之指標」,希冀研究結果 能提供出版單位日後編輯方向及規劃文宣傳播策略之參考,提高官兵閱讀 興趣,進而發揮「宣教於無形」的最高文宣手法。
- (二)瞭解運用在軍事刊物行銷傳播研究中的閱聽眾與生活型態兩者之重要性與 解釋度情形,並驗證結果是否與一般閱聽人(消費者)研究相同。邀請實

際執行報紙改版作業、學者專家及目前線上軍事記者等三大領域相關專家 群意見,整合成一套符合「青年日報」特性之報紙改版後所呈現出的效果表 現之指標,並加以分類歸納整體面向。

(三)輔以深度訪談法,藉以了解及呈現各專家無法整合之指標之原因與限制。

基本而言,研究者曾於執行研究之前,親自至青年日報社見習及實施資料蒐集,期間深入觀察「青年日報」經營模式與了解「青年日報」改版後,在「運作模式」、「採訪報導」、「版面規劃」、「審查機制」、「出版流程」等主軸面向上的實務做法及執行情形,大體來說,「青年日報」在報紙改版的規劃中與朝向數位發展等方向上,已有一定之成效,例如在版面的美編設計與軍事專業報導的分析方面已經成功的吸引閱聽眾的注意,並透過臉書的經營將各式國軍演習的成果向社會大眾報導,以取得民意支持之基礎。

從以上所述,本研究的主要目標,是希冀經由上述研究過程後,能夠結合產、官、學界,學有專精專家與一般閱聽眾之意見,針對於目前「青年日報」報版改版後所面臨之現況,從「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等面向上,逐步的提出一套可以當作往後需求單位執行報版編版時,所能評估與參考的重要效果指標,並提供需求單位在報版改版後之整體編版設計策略、未來改革及規劃方向與爾後研究者之參考運用。

National Defense University

第三節 研究架構與流程

本研究章節架構安排及研究流程如下:

第一章:緒論。

說明本研究動機與目的,提出研究架構、界定研究範圍、制定研究流程、呈 現本論文基本之方向與形貌。

第二章:文獻探討。

本章共分成四個部份探討相關文獻。首先,第一節介紹國軍的文宣策略為何,以及其對「青年日報」在報紙改版上的影響;其次,第二節介紹專業報的定義、類型與發展歷程,並從過往研究中爬梳專業報的定義,以確認本研究針對專業報的定義為何,以及將研究主體「青年日報」與之構聯;接續第三節針對使用與滿足理論所衍生出的資訊尋求模式,探討讀者閱讀「青年日報」的考量因素及傳播效果對讀者的影響為何;第四節歸納報版版面編排設計(視覺圖像化)之相關探討讀者的影響。

第三章:研究方法。

說明修正式德菲法之定義與運用以及分析;並陳述質性深度訪談法之類型分析基本概念。

第四章:資料分析與解釋。

本章分成二部份,分別對於修正式德菲法問卷結果分析、因素分析結果以及 深度訪結論談逐一說明,並反覆檢視各相關領域專家學者之意見,並於各專家、 學者之意見趨於一致達到研究需求之後,建構出符合青年日報社需求的報紙改版 效果表現之指標。

第五章:結論與建議。

歸納主要研究發現,提出研究貢獻期許,並嘗試推論軍報報版改版之效果表 現指標已提供未來研究之參考,並提出研究檢討以及詳述本研究之限制。

另外,本研究亦配合國防部青年日報社,除採用大數據方式完成 2016 年「青 年日報臉書網路閱聽人背景分析」及2017年「青年日報報版改版後效果表現指標 分析」等兩項工作專案研究外,更運用「修正式德菲法」,邀集產(媒體)、官(軍 方)、學(專家學者)界及一般閱聽眾等 20 位,進行三至四回合之問卷訪談,並從中 建構「軍報報版改版之效果表現指標」。另由於本研究所討論的問題包括專業報 紙的領域、閱聽眾的資訊尋求,及新聞工作方面的專家知識,必須整合專家學者、 軍事媒體記者、實際從事青年日報改版作業之業務主管以及一般閱聽眾等各方面 之意見,且因所研究的方向主要為青年日報改版後報版編版與設計的整體策略與 閱聽眾尋求資訊的滿意程度與效果,因此在研究中參加的小組成員需涵蓋不同背 景與經驗的專家學者、軍事媒體記者、實際從事青年日報改版作業之業務主管以 及一般閱聽眾;而問卷設計區分為第一部分(封閉式問卷)及第二部分(開放式 問卷),此目的在使各專家學者能針對題項不足之處提出建議,俾利於次一回合 進行修正。另各回合完成問卷回收後,採用「平均數」、「標準差」、「四分位 差」與「意見分佈百分比」來進行專家意見的群聚收斂,並針對各專家學者之意見 進行統計分析,將上列數據臚列於次一回合問卷中,以利專家填答時參據。俟完 成「軍報報版改版之效果表現指標」建構之後,再藉由與學者及具有豐富軍事新 聞工作經驗的軍方人士進行深度訪談,進一步探討報紙改版後之經營策略,以及 如何有效的運用數位發展,探索拓展議題獲得閱聽眾滿意的方針,本研究之研究 架構請參照圖 1-3-1,研究流程請參照圖 1-3-2。

依據 2014 年及 2015 年由「青年日報」自行實施的內部「官兵讀者意見問卷調查暨分區座談」結果,總結重要意見包括紙張品質不佳、印刷效果不良、應以軍事、國際、安全、休閒、三鐵、路跑、自行車等獨特新聞內容貼近官兵讀者興趣、明確報紙定位與其它報紙區隔等。因此,「青年日報」為順應時代潮流及報業印刷機朝數位化發展,於 2017 年 4 月 1 日再次進行改版,除調整版面尺寸及編排風格外,並將陸軍忠誠報、海軍忠義報、空軍忠勇報、後備忠愛報、憲兵忠貞報,

隨報夾送不同的「軍種報」,另考量成本效益,採委外印製,取代自印方式,提供精美印刷品質,並使用高白新聞紙,提升紙質,統一印刷、發行管道,藉以增加運送效能,但其「夾報」的創新做法是否能一併提高「軍種報」的能見度,甚至其在「標題文字」、「圖文編排」、「報導內容」、「寫作方式」、「新聞消息來源選擇」等方面,是否讓讀者接受並感受到耳目一新,也是值得深入探討。故本研究架構係從動機、目的方面說明軍報改版後哪些議題內容或版型較容易吸引閱聽眾閱讀,藉以建構青年日報報版改版後之效果表現指標並提供具體建議,另從國內外文獻方面探討國軍文宣策略、專業報定義、資訊尋求、視覺圖像化等面向,並運用修正式德菲法配合問卷進行指標建構與深度訪談,最後提出研究結果與建議,希望對於需求單位在未來報版版面編排及設計的方向上能獲得實質的幫助,出版符合官兵讀者的期待報紙。



National Defense University

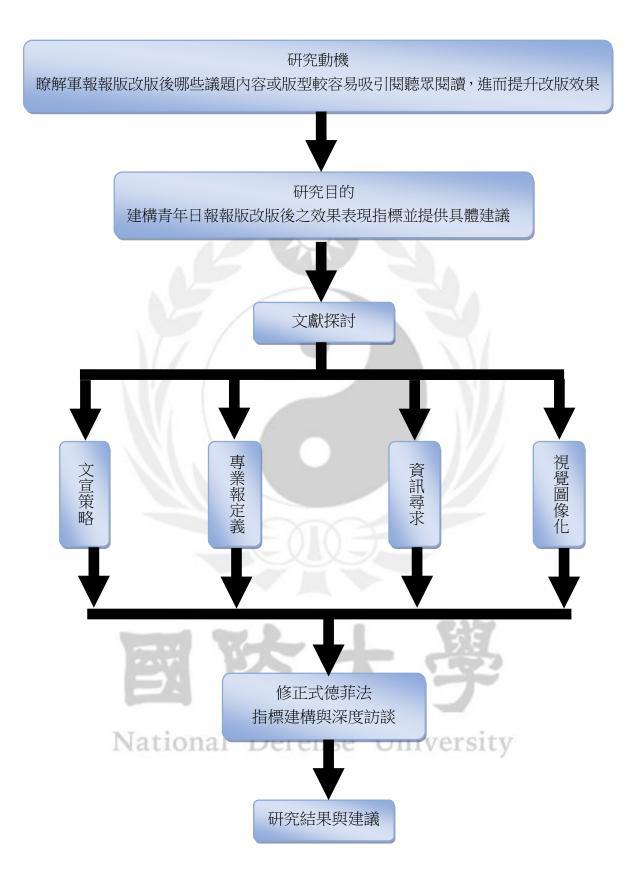


圖 1-3-1 本研究架構圖 資料來源:本研究整理。

洪梧棟曾於 2014 年以問卷調查方式針對青年日報改版之閱讀行為進行研究,然而問卷調查有時難以瞭解被調查者是認真填寫還是隨便填答,是請他人代勞還是自己填答;被調查者對對回答方式不清楚、問題不瞭解,或者是在從眾心理的驅使之下,按照社會上的主流意識填答,這都使得問卷調查失去了真實性,故本研究為彌補問卷調查之不足,透過動機與目的的確立以及資料的廣泛蒐集與整理,逐步建立有關「軍報報版改版效果指標」之修正式德菲法問卷,藉以整合產、官、學界,學有專精之專家反覆且獨立的主觀判斷,以獲得相對客觀的意見、信息和見解,並整合專家集體決策意見趨於一致,萃取相關指標,最後並輔以深度訪談,逐步建構一套符合「青年日報」紙本改版需求及特性之「軍報報版改版之效果表現指標」,希望能協助青年日報社於紙本改版後,在「內容題材」、「編排設計」、「美編印刷」、「訊息策略」、「讀者需求」等面向上,能實際獲得廣大閱聽眾的支持與認同,提供需求單位在紙本改版後報版版面編版與設計整體策略方針及重點,為爾後報社追求永續經營之傳播策略。



National Defense University

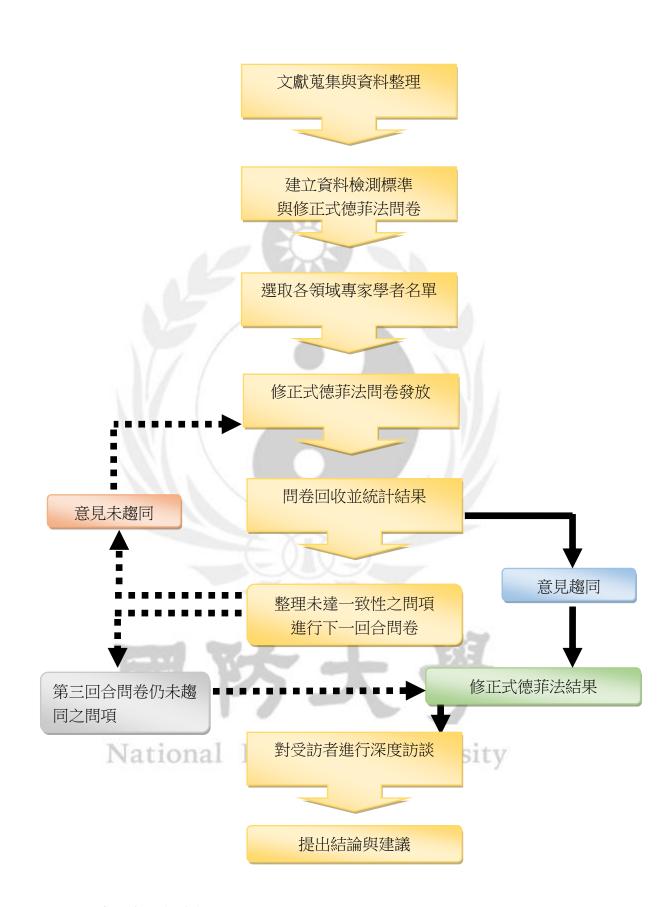


圖 2-3-2 本研究過程流程圖 資料來源:本研究整理

第二章 文獻探討

本章共分成四個部份探討相關文獻。首先,第一節介紹國軍的文宣策略為何,以及其對「青年日報」在報紙改版上的影響;其次,第二節介紹專業報的定義、類型與發展歷程,並從過往研究中爬梳專業報的定義,以確認本研究針對專業報的定義為何,以及將研究主體「青年日報」與之構聯;接續第三節針對使用與滿足理論所衍生出的資訊尋求模式,探討讀者閱讀「青年日報」的考量因素及傳播效果對讀者的影響為何;第四節歸納報版版面編排設計(視覺圖像化)之相關探討讀者的影響。

第一節 國軍文宣策略

從國防部年度施政目標與重點內亦可瞭解,國軍文宣策略係以「中華民國憲法」為依歸,透過國軍各部隊軍事訓練及教育等全面性、系統性的施教規劃,持恆運用各項文宣及教育等多元管道,教育官兵同仁堅定「為中華民國國家生存發展而戰,為臺澎金馬百姓安全福祉而戰」信念,培養忠貞志節、凝聚部隊團結、犧牲奉獻典範與無私無我情操,並藉由策辦多元活動,堅定官兵「國家、責任、榮譽」信念,以傳承國軍光榮歷史典範,建構全民國防,達成保國衛民之使命。

此外,國防部為落實精神戰力是「軟實力」、「巧實力」的具體展現,近年來更積極運用「莒光園地」電視教學、青年日報社「一報三刊」、漢聲電臺及網路文宣管道,製播並刊載相關教育專題、專論與新聞報導,並策辦各項藝宣活動,期使國軍官兵堅定信仰、砥礪武德、精進武藝,將精神戰力凌駕敵人之上,發揮無形戰力於極致。同時,透過各種教育宣導管道,及策辦活潑、多元、寓教於樂活動,激發國人愛國意識,凝聚軍民團結向心,落實「全民關注、全民支持、全民參與」的理念(中華民國國防報告書,2015)。

兵聖克勞塞維茲曾說:「有形戰力有如木柄,而精神戰力才是真正的武器與

淬煉的刀刃。」國軍政治作戰以精神戰力為首要,透過文宣政教工作,強化官兵正確認知、以提振士氣、凝聚向心,厚植精神戰力,以堅定「為何而戰、為誰而戰」之中心信念(中華民國國防部,2007)。古今中外軍隊精神指標的建立,均有賴於文宣政教工作之推行,因此,國軍發行出版刊物不僅是建軍備戰中不可或缺的一環,亦是檢視及推論文宣內容和效果的標的物(Berelson, 1952; Krippendorff, 2004)。

事實上,國軍目前以官兵為對象的重要宣教刊物計有「青年日報」、「奮鬥」、「勝利之光」及「吾愛吾家」等四種,主要發行對象為國軍部隊、官兵眷屬、榮民榮眷及後備軍人等;其中除「奮鬥」月刊外,餘均公開向社會發行,接受一般民眾訂閱。而這些全面性發行的軍中刊物,均負有教育思想及政令宣教之任務。現僅根據政治作戰局政戰資訊服務網頁內有關國軍文宣刊物內容,重點茲摘述如次:

(一)青年日報:

於1952年10月10日創立,原名「青年戰士報」,後為擴大服務社會及學校青年,於1984年更名為「青年日報」,到了1997年更擴大納編「新中國出版社」後,成為具有同時發行報紙及出版刊物能力之國軍文宣單位。其主要負責媒體新聞報導及官兵宣教工作,自2007年元旦起轉型為國防軍事專業報,版面內容包括焦點新聞、軍事新聞、國防外交、軍種動態、國際安全、各類國防軍事科技專刊及影劇、體育、生活、教育等新聞,已成為普獲官兵喜愛與社會肯定的軍事專業報。

(二)奮鬥月刊:

於1954年1月創刊,以啟發官士兵正確思想,堅定信念,砥礪忠貞志節,厚植 無形戰力為宗旨,並分發國軍官兵人手一冊,該刊以教育、活潑、多元、精緻的 原則編輯,深獲官兵喜愛。

(三)吾愛吾家:

於1979年1月1日創刊,2007年元月改為季刊,以發揚固有文化、闡釋家庭倫

理、宣導政府政令與提供官兵眷屬福利、服務資訊為宗旨,其主要發行對象為國軍眷屬,並接受社會大眾訂閱,以期能走入家庭、社會,擴大文宣效果。由於全書以剛柔並濟為經,知識導向為緯,隨社會脈動,蒐羅各種資訊,以輕鬆活潑、多采多姿的方式策劃編纂,廣受國軍眷屬及社會大眾喜愛。

(四)勝利之光:

勝利之光創刊於1953年7月15日,內容以配合國家政策,宣揚國軍精實訓練為 宗旨。目前除報導國防施政建設、建軍成效外,同時規劃有優質戰士、旅遊新知、 軍武介紹等單元,以多元化的素材、充實的內容提供讀者另類的享受,是一新聞 性、藝術性、知識性及教育性之綜合雜誌。

然而,隨著時代的變遷以及教育與傳播科技的普及化,人們的價值觀及生活方式與過去也大不相同,部隊與一般民眾的生活特性有所不同,但「軍隊是社會的縮影」,官兵皆來自社會,故其價值觀和生活風格多多少少會受到社會的影響,因此,國軍目前的宣教策略以及工作的推展,均須有別於昔日生澀且教條式的宣教方式,而改採活潑生趣、多元互動的宣教方式與策略,目的是將國軍使命、理念及新知等訊息傳達給官兵。

我國自從國民政府播遷來台之後,國軍有鑑於在國共兩黨戰爭期間,國家軍隊缺乏中心思想與宣傳,因此為了加強宣傳教育,遂於 1952 年,配合中國青年反共救國團之成立,於同年 10 月 10 日在台北市創辦「青年戰士報」,積極展開整建革新。而報紙成立初期篇幅僅為四開一張的小型報,僅限對軍中發行(中華民國國防部,2002),後歷經六度改版,於 1957 年開放社會大眾訂閱,於 1984 年更名為「青年日報」。創刊後逐年擴版,在開放報禁後最終擴版為四大張報紙。為國內唯一發行的軍事專業報。平時依據國軍文宣政策,宣揚政府政令及國防施政,建立官兵共信共識,增進國人全民國防認知。戰時依作戰需求,派遣戰地記者,執行採訪任務,編印「戰訊快報」,並對敵實施新聞、文宣作戰。

2017 年 4 月 1 日,青年日報為順應潮流,結合社會脈動,適應讀者需求,再

次進行改版,以 27 吋報版規劃,採 2 大張對折、裁切為 16 個版面,並針對 E 世代青年的理念與需求進行編纂,版別區分為頭版、軍事焦點、寰宇軍聞、軍視界、論壇、專刊、樂在生活、副刊及廣告,加強軍事新聞專業特色,並保持新聞彈性機動增張調整空間,以期維持新聞能量,滿足讀者需求,較改版前更聚焦軍聞報導,以及持續提供國防文宣刊登功能,呈現軍事專業報特色。另參酌各界意見,整合陸軍忠誠報、海軍忠義報、空軍忠勇報、後備忠愛報、憲兵忠貞報印刷、發行,採委外印製,使用高白新聞紙,提升紙質,並統一發行管道,增加運送效能。

綜上所述可知,「青年日報」創刊至今,係以宣揚政府立場與主張為主,除翔實報導國軍專注戰訓任務外,並秉持國軍貫徹「軍隊國家化」與「行政中立」的立場,擴大報導社會光明面,忠實扮演「媒體的清流、軍民的橋樑、青年的朋友」角色。而「青年日報」在國防部文宣政策指導下,順應時代潮流,提供讀者多元的新聞資訊,除宣揚中華民國政府政令相關宣傳及國防施政文宣外,內容主要報導軍事、青年、藝文教育等方面新聞,近年來更積極朝向數位化轉型,而本次紙本改版,除調整版面尺寸及編排風格,並增加電子報內容,以更貼近讀者的閱讀模式,藉以吸引更多年輕世代的閱讀興趣。故「青年日報」為當前國軍全面性發行的刊物,深受國軍文宣策略的影響,負有教育官兵思想、建立共信共識及政令宣教之任務,亦是現今以國軍官兵、學生及聘雇人員為對象的重要宣教管道之一。現今更定位為國軍愛國教育(莒光日)的輔助教材,國軍人員(含軍事院校師生與聘雇人員)均需閱讀。而根據青年日報社表示,目前報紙每日發行量大約一萬四千五百份²,另每週莒光日課程至少須研讀乙次課程主題內容,因此,「青年日報」在國軍宣教效能上,具有舉足輕重的影響力,可以說是極具權威之軍事專業新聞報紙。

基此,本研究重點,試圖聚焦於「軍報報版改版效果」這一部分,藉以瞭解 青年日報改版後在「版面標題」、「報版內容」、「印刷程度」、「版面編排設

² 青年日報社印務處參據國軍各單位及地方訂閱戶訂報份數統計,2017年目前報紙每日發行量約 一萬四千五百份。

計」、「軍事報導專業程度」等構面上,運用修正式德菲法聚斂產、官、學界學有專精的專家學者或具有實務工作經驗的人的意見,並建構出一套符合需求單位改版後效果指標及報版編版與設計整體策略的指導方針。



National Defense University

第二節 專業報的定義、類型與發展歷程

報紙是一種以價值較低、重量較輕的紙張印刷而成、閱讀後即可任意處置的 出版品。報紙上通常會刊載包括政治事件、犯罪、體育、意見、天氣、卡通或其 他娛樂等等不同主題的新聞、消息、評論並且常附帶有商業廣告(林琬真,2013)。 然而,隨著時代的進步與社會的多元化,閱聽眾對於資訊的需求量也越大,而報 紙為了滿足讀者群的資訊需求,於是逐漸走向專業化的趨勢,促使專業報紙的出 現,「青年日報」便是在這個環境下,順應朝代潮流,往專業報的方向邁進。

回顧過去歷史上報紙的發展階段,最早的報紙是出現在西元前一百年的古羅馬時代,當時凱薩下令在議事廳外及羅馬城內張貼所謂的「每日紀聞」(每日活動之意),上面除了刊登元老院的議事新聞外,還有官方的通知以及其他政府希望人民知道的訊息,雖然發行量不多,發行的時間也僅止於元老院開會的期間,但已經有資格稱作日報了。到了十五、十六世紀,隨著印刷技術的更新,報紙的出刊量也隨之增加。西方已知最早的報紙出現在西元 1605 到 1610 年間,是由約翰·卡洛勒斯在德意志萊茵(現在法國斯特拉斯堡小鎮)印刷出版的《通告報》(Relation)。而中國最早的報紙始於漢朝,稱為邸報,最初由專人抄寫傳遞,後遂張貼於宮門,公諸傳抄。另唐朝有所謂介於政府公文書及「新聞信」之間的開元雜報,宋朝除了官方發行的朝報,亦出現了私人撰寫的「小報」,到了 1582 年,約明朝末年間在北京有第一份私人出版的報紙,而臺灣第一份定期印刷刊物則是出現在 1885 年(清光緒十一年)的「臺灣府城教會報」,而最早的專業報紙則是創刊於 1948 年的國語日報,該報為當時全臺灣唯一有注音,讀者可自行學習國語的專業報紙(游梓翔、吳韻儀,1994)。

此外,大眾媒體在民主的現代化資訊社會中,肩負傳遞思想、溝通信息的使命,尤其現代社會到處充斥著假新聞,意見紛亂,導致大眾媒介反映各階層民意,以及溝通人民與政府的橋樑作用更凸顯出重要性,所以,報業的組織與特性,必

須符合其使命和功能,才能發揮效能,服務社會,而這種專業化(Specialization)的趨勢,一方面固然是遵循自然演化的結果,努力去適應社會需求,但一方面則是在傳播媒介生存競爭中,不得不尋求突破與改變的。而這樣的趨勢,落實在新聞事業上,分別展現了三個特徵(曾萬,1988):

- 一、新聞機構企業化,以蒐集和傳播新聞為專業,從而逐漸淡化與政府和政治團體的關係,維持獨立自主的形象。
- 二、新聞報導專門化,傳播媒介逐漸採用具專門技術和學識能力的人,取代一般 性或「萬事通」的工作者。
- 三、新聞評論專家化,專業的專欄作家和新聞評論員,以其經驗和學識,針對專 門的問題,提出分析、評論或批判。

事實上,專業報紙的產生,確立了報業市場中的分眾概念,也相對的激發了各報業之間所謂專業媒體激烈的競爭,這對於媒體生態所造成的衝擊以及影響十分廣大。也導致專業報所面臨的挑戰可能比綜合性報紙來得更加艱辛。然而,在資訊發達與知識爆炸的時代中,身為報業的從業人員,是有壓力的。方鵬程在1987年有關「專業報紙的未來展望」一文中提及工商時報前發行人余範英曾表示,因為一些專業性的讀者,有時時常顯示他們懂得更多,因此,專業報未來的發展籌劃,也必須要面對讀者的進步。而政大新聞研究所陳世敏教授則說新聞資訊越專門化,市場區隔越明顯,這是未來自由報業結構的走向,專業報紙勢必會扮演更重要的角色。

然而,再談專業報之前,必須先了解何謂專業,「專業」能為社會帶來有價值的貢獻,也受到社會的尊重;從事此種專業工作的人必須受過相當高等的教育,並在某一特殊的知識領域受過訓練(朱建民,1996),由此可知「專業」,指具有專門的知識、技能與思考的一群人或事物,其目的在提供專門性的服務,專業應是經過長期的培育訓練,能運用該專門知識和技能為大眾服務並能主動執行具專業知能的判斷能力、具有服務熱忱,並能遵守專業的道德及倫理,需不斷接受

進修促進專業成長。

因此,報刊的專業性也很重要,特殊需求的讀者群在獲取新知時,往往都透過專業報刊的報導來瞭解目前事情的發生與來龍去脈,同時會藉由與自己有關或是想要獲得某些事物的知識時而去看具有專業性的報刊。

此外,專業性的報刊(Specialized Press)包括專業性報紙和專業性雜誌。其最大的特色是,不論內容或廣告訴求,都縮小了主題範圍且均以特殊興趣的讀者為主。專業性的報刊並不積極擴大其發行量,只力求鞏固現有的讀者群。其讀者數目雖然較一般性或綜合性報刊的少,但讀者的忠誠度均較高。

根據臺灣新聞記者協會會長呂東熹(2004)所著〈民國九十三年臺灣報業概況〉一文中,將臺灣報業分為綜合性報紙與專門性報紙,在綜合性報紙方面,例如《蘋果日報》、《自由時報》、《中國時報》、《聯合報》等,而專門性報紙又可分為以「財經專業類」為主並分屬中時與聯合兩大報系的《工商時報》及《經濟日報》,其讀者群大多為工商、產業界人士;另一類則為「休閒文化類」,首推重視影劇新聞的《大成報》與《星報》,及兼顧影劇與體育新聞的《民生報》,雖然報紙定位清楚,但因受《蘋果日報》影響,最後頻頻以改版來因應。

當然,隨著時代的進步與社會多元化的發展,各項事業分工越來越精細,新聞事業作為「社會公器」(張文強,1997;楊選堂,2001;沈珮君,2011),不論是報紙、雜誌、廣播或電視,更為專業化是必然的趨勢。因此,報業為了適應多元且複雜的社會現象,也為了能有效地替閱聽人服務,在出版物和新聞機構的創設方面,盡力求其專門化,針對特殊讀者群(如軍人、職業婦女、科學家)發行特別的刊物,乃是自然的趨勢。

曾萬曾在 1988 年有關〈臺灣地區經濟性專業報紙社論分析:1979-1987〉的論文中曾提及專業性報刊讀者,包含專業圈(Professional community)的人士,以及對此類專業資訊有濃厚興趣的非專業讀者,而將二者合併統稱特殊興趣讀者(Special interest audience)。專業報刊的內容,有時並非十分狹隘,它也涵蓋其

他有關的資訊內容,而這些內容,一方面可以吸引特殊興趣讀者更能適應社會環境,一方面可以使個人和團體的生活步調趨於相同。「專業」一詞,則是定義者為理解方便而設,不必拘泥其名詞解釋,因為,某一時期的專業性報刊,隔一段時間,也會因為社會環境的改變,反而成為一般性報刊了。

董家懿(2011)認為專業性報紙。其概念為報紙報導的新聞偏向某一類型,例如以報導財經新聞為主的《經濟日報》及《工商時報》,讀者以產業界人士為大宗;其次是免費報,報紙本身不收費,免費提供給讀者看,收入來自於廣告。例如在捷運內所發放的捷運報《Upaper》(聯合報系)及《爽報》(蘋果日報系)。

Udell (1978) 亦曾指出,專業化版面的出現將會對新聞的內容產生一定性的影響,進而促使閱聽眾更有興趣閱讀,然而這些特別的版面 (Specialized sections) 通常是依地方或興趣而設計的。

Smith (1980) 則認為,吸收專業化或地方性廣告的專業化報紙,可以幫助廣告主觸及各個廣大層面的閱聽大眾,而最好的方式,便是分版與依地區、生活型態或特別興趣作市場區隔。Howard (1987) 的研究發現,電纜電視(Cable TV)在八零年代快速的成長,導致人們非常喜歡本地電台和報紙的專業性新聞,但也因此促成了業界,特別是在財經和企業等消息方面擴充其專業新聞的內容。

此外,孫秀蕙曾在 2014 年「網路浪潮中的專業報紙」一文中論述,早在 50 多年前,聯合報便以 120 萬元買下原來由李萬居主持的「公論報」登記證,更名為「經濟日報」,報紙定位則以財經新聞為主,日後更成為同類專業報紙中經營翹楚。但事實上,若不是聯合報的支撐,創報前 6 年一直處於虧損狀態的「經濟日報」,在當時的社會經濟條件下,可以說是難以為繼。畢竟在民國五十年代中期,經濟專業性報紙委實難以吸引一般讀者,而現代化企業經營與行銷觀念,對於黑手起家的臺灣中小企業仍屬陌生,甚至連工商界都體認不到,究竟經濟專業報紙對於企業發展的影響為何?然而,隨著時代的轉變,該份報紙不斷地調整版面與報導形態,最後確立了與工商業建立密切連結的共生關係。事實上,在我國

報業史上,被認為算的上是專業性報紙有以下幾個(方鵬程,1987),茲列舉如後:

一、現代日報:

發行宗旨專走教育路線,發行對象皆以青少年為主。

二、經濟日報:

以工商企業的特殊資訊服務為主,結合新聞與業務,加強與工商界的關係,為工業化添動力,為工商農做喉舌。

三、工商時報:

前身最早為工人報,後改為農工日報、大眾日報,標舉為企業、勞工、消費者服務。該報言論,在知名經濟學家王作榮及多位主筆的主持下,對重大政策事件影響頗大。資訊整合則為另一特色,與倫敦「金融時報」、北京「中華工商時報」、「經濟參考報」建立合作關係,交換新聞。

四、民生報:

重視休閒娛樂、藝文、消費、醫療保健等民生訊息,是臺灣第一份以民眾日常生活訊息、影視娛樂、體育活動等「軟性新聞」為主的專業報。

五、大成報:

大成報係繼承自 1950 年 2 月 1 日創刊、1989 年 1 月停刊的《大華晚報》,創刊於 1990 年 1 月 10 日,報導取向類似於《民生報》以影視娛樂及體育等新聞為主。

六、國語日報:

為全台唯一有注音、讀者可自行學習國語的專報紙,發行對象以國小學生為 主,具備「特殊讀者群」一項因素,所刊內容亦全符合小學學生需要。

七、臺灣新生報:

以海峽兩岸經貿及交通訊息為報導主軸的「兩岸經貿專業媒體」。

八、更生日報:

對讀者及社會服務極為重視。每天接到讀者投書,必先彙集登記,再發採訪組派員實地訪察。凡屬民瘼民隱、救災、助難、扶危、濟困,乃至有關地方興革問題,或與公眾有利害關係的,都予以披露。

九、青年日報:

專注於國防及軍事領域相關的報刊,提供社會大眾與國軍官兵各類國防資訊,是目前國內有別於綜合性報紙的專業報紙。

因此,從過往關於專業報的研究與上述的論述中,研究者對「專業報紙」的 定義為以下幾點:

- 一、除必須要有其不可替代性外,消息來源要有準確與可靠性,並且不論在新聞報導的題材選擇、內容充實程度、主題與評論上,都必須有其獨特的見解與評析,同時在競爭激烈的報業中,應該盡量避免有雷同的新聞報導出現。
- 二、在特定的領域上凸顯出其獨特性,藉以吸引特定的閱聽眾閱讀並產生出忠實而穩固的讀者群。
- 三、就深度而言,可以傳遞專業的知識,就廣度而言,可以普及現代知識,或報 導專業問題。故提供專業性的知識、訊息,擁有「特殊的」讀者群,也與相關行 業有較密切的結合。

綜觀這幾年臺灣的媒體使用情形,平面媒體的使用狀況有下滑趨勢,而電子媒體則呈現穩定而快速的成長。資訊電子報做為即將上網的平面媒體,則處於一種矛盾的定位,一方面平面媒體仍保有便利與易讀性等優點,但是年輕讀者似乎更傾向於接收著重聲光效果的媒體,況且資訊電子報一旦上網之後,確實也開發了更多電腦使用者。再者資訊電子專業日報的誕生,不啻為臺灣現有媒體投入一

枚炸彈,資訊專業報出刊勢必影響,甚至襲奪了現今各報蓄意開發的資訊科技廣告市場。當報紙震盪之餘,資訊專業化的衝擊,就更不在話下了。由於閱聽人注重時效的緣故,專業日報若是刻意經營深度報導,資訊雜誌廣告業務再次萎縮的現象勢必重現。

事實上,報紙媒體是最早出現的大眾傳播媒體。在傳統媒體中,報紙無疑是最多、普及性最廣和影響力最大的媒體。報紙廣告幾乎是伴隨著報紙的創刊而誕生的。隨著時代的發展,報紙的種類越來越多,印刷更精美,版式更靈活,內容越來越豐富,報紙廣告的內容與形式也越來越多樣化,所以報紙與讀者的距離也更接近了,報紙儼然成為人們瞭解時事、接受信息的主要媒體,但隨著報業的競爭越來越激烈,也促使報紙走向專業化的需求更加重要,政大新聞系前主任賴光臨教授在「專業報紙的未來與展望」一文訪談中曾經提及,專業報紙的生產,其主要目的當不僅在於避免報紙內容的雷同,社會發展漸趨多元化,憑常識謀生的時代已經過去,分工、專業的客觀環境已次第形成,而教育的普及以及經濟水平的提升更為專業報紙發刊提供了有利的社會條件,這也是開放報紙登記後創辦專業報紙的有利因素(方鵬程,1987)。

綜上小結,在一個多元的社會中,專業報紙更可以從多方面發揮其守望環境 與結合社會的功能。可以傳遞專業的知識或報導專業問題。因此,報紙走向專業 化,是自然的趨勢,也是報業生存所必需的,而「青年日報」配合中華民國國軍 的軍隊國家化及行政中立的立場,除了積極於全民國防教育文宣推廣,並將內容 大幅改版,原本是各類新聞兼容並蓄的「綜合報紙」型態全面轉型為「國防軍事 專業報」,轉為專注國家安全及軍事專業領域相關報導,以提供部隊官兵、社會 大眾各類國防資訊,並全力推展「全民國防」宣教工作,因此,「青年日報」在 軍事領域方面的報導可以說是極具權威之軍事專業報紙,也順應時代潮流,逐漸 朝向專業化的發展。

此外,有鑑於關於專業性報紙或雜誌的研究,國內外學者很少觸及,即使是

以專業性報刊為分析對象,重點也僅止於讀者分析或報刊本身結構的描述,鮮少 針對其內容進行分析。故本章節從過往研究中爬梳專業報的定義,以確認本研究 針對專業報的定義為何,以及將研究主體「青年日報」與之構聯,為需求單位找 出未來走向專業化報版編版與設計的整體策略建構出一套效果指標。

另一方面,研究者為瞭解「青年日報」臉書網路閱聽人之背景,透過青年日 報險書粉絲團的使用與反映聲量,探討閱聽人對於「青年日報」的使用與滿意度, 並運用文本探勘與「青年日報」臉書後台資料進行分析比較,獲得了「青年日報」 臉書粉絲專頁閱聽眾分佈情形、主要受眾為何等數據,並進一步研析閱聽眾特徵 以及對於「青年日報」刊布議題的認知情形與評價,完成了「2016年青年日報臉 書網路閱聽人背景分析」專案研究報告。另因應「青年日報」改版,研究者本身 更運用「大數據資料探勘」技術,針對青年日報粉絲專頁閱聽眾之回應情緒值、 按讚分析、貼文聲量分析等,分析閱聽人態樣、媒體使用與回饋狀況,並找出「青 年日報」報版改版後紙本編輯效果與臉書社群網路貼文策略重點以及彼此的相關 聯性,完成了「2017 年青年日報改版後效果表現指標分析」專案研究報告,從兩 項專案研究報告中發現,其臉書社群網路貼文策略,隨著「青年日報」的改版, 由原本僅將報紙新聞內容轉貼發布,改由臉書小編,針對改版後紙本新聞內容, 依據記者採訪文稿及圖片,自行編輯標題及簡短介紹內文,並同步將新聞內容連 結轉貼發布,且臉書貼文的內容逐漸獲得閱聽眾普遍的參與與回應,因此臉書的 聲量與主回文比均呈現顯著的成長,特別是感人題材與軍事訓練以及抽獎活動的 內容較能引起閱聽眾廣大的回應,使得聲量呈現出穩定的成長,且貼文/連結類 型主文的熱門話題前三名皆是分享《青年日報》原生的新聞稿。由此可見,紙本 在消息來源、題材選擇、新聞報導內容與主題上,對於報紙改版後有著舉足輕重 的影響,故研究者提出,研究問題一:

1a:青年日報改版後,在消息來源上,重要的指標效果呈現如何?

1b:青年日報改版後,在題材選擇上,重要的指標效果呈現如何?

1c:青年日報改版後,在新聞報導的內容與主題上,重要的指標效果呈現如何?



National Defense University

第三節 使用與滿足、資訊尋求與傳播效能

本章節將依照過去傳播研究的討論面向,由使用與滿足理論的角度切入,以 使用者為滿足其資訊需求為後設,並針對使用與滿足理論所衍生出的資訊尋求模 式,探討讀者閱讀「青年日報」的考量因素及傳播效果對讀者的影響為何?

一、使用與滿足:

使用與滿足理論最早是源自於Bauer(1964)所提出的「頑固閱聽人」概念,閱聽人可以主動地、積極地選擇自己所要的資訊(李金銓,1995)。凱茲等人(Katz, Blumler and Gurevitch, 1974)認為,閱聽人使用大眾媒介是有目的的,基於心理或社會需求,藉由媒介的使用而滿足需求,在傳播的過程中,閱聽人是媒介的主動使用者,並不受媒介影響(翁秀琪,2006)。

然而,早在1960年的早期和中期,為了瞭解閱聽眾對尋求媒體消費的動機與滿足(Gratification seeking)和人們是否得到滿足(Gratification obtain)這兩者之間有何不同。一些傳媒研究學者發現,尋求和實際獲得的滿足之間存在一些差異,而這些差異會導致人們在媒體消費的行為中產生變化以減少兩者之間的差異。學者菲利普·帕爾姆格林更認為只有在穩定不變而且缺少選擇下,傳媒體系缺乏相應變化的的環境裡,人們想要的滿足才與所得的滿足相一致。

事實上,早期傳播研究大多站在傳播者的角度,就傳播者如何影響受眾進行研究,但"使用與滿足"理論則把研究焦點轉移到了受眾身上,站在受眾的立場上,透過分析受眾對媒介的使用動機和獲得需求滿足來驗證大眾傳播給人類帶來的心理和行為上的效用。馬奎爾(McGuire,1974)以人類需求的一般理論為基礎,提出較著重於心理學層面的閱聽人動機理論,區分認知和情感的需求,進而探討另外三種面向:「主動」與「被動」的行為,區分「外部性」、「內部性」的目標導向,以及區分是「成長」或「穩定」的取向。例如:透過閱讀報紙來「尋求認知的一致性」(屬於一種認知的、主動的、外部性與穩定取向的模式)、或觀看電視

劇「以發掘個人行為的模式」(屬於情感性、主動性、內部性、成長取向的模式)。

由此可知,傳統的理論認為媒介在傳播過程中的主要任務是說服受眾,受眾是被動的,而「使用與滿足」研究把受眾看作是有著特定「需求」的個人,他們的媒介接觸活動是有特定需求和動機並得到"滿足"的過程。它強調受眾的作用,突出受眾的地位。該理論認為受眾通過對媒介的積極使用,從而制約著媒介傳播的過程,並指出使用媒介完全基於個人的需求和願望,更認為閱聽人對媒介的使用是一種功能性選擇的結果(Rosengren, Wenner& Palmgreen, 1985),是從閱聽人社會及心理的「需求」開始發展,產生對於大眾媒介或其他來源的「使用」與「期望」,進而形成「需求的滿足」。

綜上小結,在使用與滿足理論當中,閱聽人使用媒體是相對主動,且具有選擇性的,若某一媒體無法滿足閱聽人的使用需要,往往閱聽人就會以選擇替代方案來作為汲取訊息的媒介。

二、資訊尋求模式:

資訊尋求Case(2002)就曾強調,人在日常生活中所有行為幾乎都與資訊尋求有關。Wilson(1981)更指出,心理學家把人類的需求分成生理的需求、感情的需求以及認知的需求,此三種需求是相互關聯的,人們能得到於某些事物的資訊,便會積極的尋求不同的方式藉以獲得資訊,以達到使用與滿足的需求,而專業報紙就深度而言,可以傳遞專業的知識,砥礪專業的道德,提高專業的水平,就廣度而言,可以普及現代知識,或報導專業問題。因此閱聽眾為了滿足其個人對於軍事專業報導的需求,便向青年日報這樣的軍事專業報紙進行資訊尋求行為。如果從這個觀點來看,「資訊尋求行為」指的應該是「個人用來辨認訊息以滿足內在需求的行為」(Krikelas, 1983),亦即當一個人身處某種不確定的情境時,其所面對的景況導致資訊問題的產生,進而迫使其展開資訊尋求行為來彌補身處情境的資訊斷層(Dervin & Nilan, 1986;Dervin, 1983)。

資訊尋求係指利用資訊來滿足一個人的資訊需求,在1960年以前,資訊尋求

與使用的研究極為有限,且當時偏重於探討圖書館和資訊系統能否提供完善的服務。到了1970年以後,圖書館服務的導向轉為以使用者為中心,資訊尋求的研究亦產生典範的變遷。

所謂「資訊尋求」,根據Johnson(1997)的定義係指有目的性地,從資訊載具(例如報紙、電視、廣播或網路)中獲得所需要的資訊。而其主要目的是為了使資訊搜尋者在尋找資訊時降低不確定感,藉以協助找到所需要的答案,同時幫助資訊尋求者下決定(Case, 2002;陳雪菱, 2003;莊文啟, 2005)。

在傳統研究典範中,資訊即使橫跨時空亦不改變,是客觀的,而且資訊是絕對有用的,但資訊接受者,往往處於被動的地位。而在新的替代性研究典範中, 資訊則變成是主觀的,由使用者自行作價值的判斷,使用者可在不同的情境中, 主動去建構資訊,導致相同的資訊對不同的使用者可能產生不同的意義。

傳統資訊尋求的管道主要為人際傳播及大眾傳播通道,但隨者網路的興起之後,因為網路有其匿名性、便利性、互動性、超連結、兼具文字圖片與聲光效果 (Cline & Haynes, 2001),加上網路使用具有個人化與被「賦權」(Gray, Klein, Noyce, Sesselberg & Cantrill, 2005)的感覺,於是愈來愈多的人試著從網路中尋求資訊,以滿足資訊的需求,於是資訊尋求學者近來逐漸將研究焦點轉往網路資訊尋求。

國外有關資訊尋求的研究一向比國內來得蓬勃發展,且大多引用來自心理學、社會學或是傳播等領域的相關理論(Zweizing, 1977)作為研究的理論基礎架構,去積極探究資訊尋求背後的相關因素為何。例如多年來國外學者引用Bandura的「社會認知理論」、Ball-Rokeach與DeFleur的「媒介依賴理論」、Chaiken, Liberman, & Eagly所提的資訊「充足原則」,以及Ajzen & Fishbein提出的「計畫行動理論」或「理性行為理論」與Hovlland等人所提出的「媒介可信度理論」,針對資訊尋求行為進行研究,發現「自我效能」(Lu, Case, Lustria, Kwon, Andrews, Cavendish & Floyd, 2006)、「媒介依賴」(Ball-Rokeach& DeFleur, 1976)、「資訊充足原則」(Chaiken, Liberman, & Eagly, 1989)、「態度」(Godin, Gagnon, Lambert & Conner,

2005; Green, Hale & Rubin, 1997)與「媒介可信度」(Escoffery, Miner, Adame, Butler, McCormick & Mendell, 2005)等變項是探討影響資訊尋求行為相關因素時不可忽略的變項,現僅針對盧鴻毅、陳姿蓓曾於2009年在「影響透過Yahoo!奇摩入口網站尋求新聞資訊意願的因素」論文中提及「自我效能」、「媒介依賴」、「態度」與「媒介可信度」,內容摘述如下:

(一)自我效能:

自我效能是改變一個人行為的重要因素(Lin, Simoni & Zemon, 2005),盧鴻毅(2006)針對南部某一所大學學生進行的研究發現,網路自我效能會影響一個人上網搜尋性病或愛滋病等相關資訊的意願;Keum & Cho(2003)針對一千多名使用網路的成年人進行研究,發現網路使用能力愈強的人,愈可能在網路上尋求與網路購物有關的資訊;Chung(2005)針對美國大學生的研究發現,網路自我效能高的受訪者,愈覺得即時通好用;Tsai & Tsai(2003)調查臺灣大一的學生也發現,受訪者的網路自我效能會影響他們在網路上學習時的資訊尋求策略。由此可知,自我效能對一個人的行為確實有影響,特別是網路自我效能高的人,願意透過網路學習或是花較多的心力在網路上尋求資訊。

(二) 媒介依賴:

閱聽人基於某種需求(如消遣、逃避現實或尋求資訊),會特別依賴某種媒介的內容,當其需求在使用媒介過程中得到滿足後,便會轉而尋求更依賴該特定媒介。例如:亞洲地區SARS爆發期間,大陸地區民眾因政府資訊管道不通暢,便轉向依賴網路獲取相關新聞資訊,久而久之網路就變成民眾依賴的重要消息管道之一(Tai & Sun, 2005)。由此可知,閱聽人對媒介產生依賴後,將會影響其使用該媒介的行為。

(三)態度:

態度是指一個人對人、事或想法的正向、負向或兼具正負向的反應及評估, 常有不同程度的表達強度,近來許多研究者試圖探討態度與網路使用及網路資訊 尋求的關係,發現態度是預測網路使用及網路資訊尋求行為的重要預測變項。例如,楊淑晴及謝靜慧(2001)針對南部某國立大學學生的研究發現,受訪者對網路所抱持的態度會影響其網路沉溺的程度;Lu等人(2006)針對美國的外籍學生進行調查,發現受訪者如果對上網尋求資訊抱持比較正向的態度(有用的、有效的或有幫助的),一旦得知他(她)的國家發生任何災難時(例如地震或海嘯),會有比較高的意願利用網路尋求相關的資訊。由此可知一個人對某一行為的態度與此行為的發生有直接關係。

(四)媒介可信度:

媒介可信度是一個人針對消息來源「信賴」與「專業」程度的一種主觀的判斷或感覺(Hovlland & Weiss, 1951),例如:盧鴻毅、余永昌、陳素燕及涂豔華等人(2007)所進行的調查發現,受訪者對網路資訊可信度的評價會影響他們上網尋求資訊的意願與行為。由此可知,消息來源的可信度可能決定一個人使用該管道尋求資訊的可能性。

從以上資訊尋求模式的論述以及研究者所進行的「2016年青年日報臉書網路 閱聽人背景分析」與「2017年青年日報改版後效果表現指標分析」兩項專案研究 報告中得知,可將新聞報導內容的正確性、客觀性、知識性、專業性、娛樂性以 及消息來源可靠性等,建構為效果表現指標。

綜上小結,閱聽人會因為消息來源的專業程度、個人的態度以及對於某些特 定資訊的依賴,而積極去尋求資訊的解答以獲得滿足,故「青年日報」隨著科技 發展的趨勢,為了能呈現出滿足閱聽人資訊尋求行為模式與符合網路特性的傳統 報及電子報,進行改版作業,目的除了提高閱報率外,就是為了希望能讓新聞報 導的內容與版面的編排能更貼近讀者的思維與想法,以滿足閱聽眾的資訊尋求。

三、傳播效能:

隨著資訊訊息的刊登,其宣傳對象的信息也在不斷傳播,從而產生了對品牌 形象和產品銷售潛力的影響,這種影響側重於長期的綜合的說服效果。而在大眾 傳播研究中,說服性傳播最主要的探討主題,就是關於閱聽人的認知、態度及行為效果。

而根據研究者所進行的「2016年青年日報臉書網路閱聽人背景分析」與「2017年青年日報改版後效果表現指標分析」兩項專案研究報告中發現,隨著2017年青年日改版後,閱聽眾對於「青年日報」新聞報導的好感度正逐漸增加,對國軍形象營造具有正向成效,且對於「青年日報」的品牌認知層面而言,網友認同「青年日報」在軍事新聞報導上的貢獻,肯定相關提升軍人形象的激勵報導,臉書的回文中,正負情緒已呈現平穩的成長,且回文當中,正面情緒略高於負面的情緒,顯見紙本改版後有助於「青年日報」品牌形象的提升。

其次,「記憶」是認知過程的關鍵之一,也是傳播效果的重要部份,傳播者往往都希望傳遞出去的訊息能被閱聽者記住,因此需要對訊息留下印象,才能進一步來談說服或宣傳的效果,由此可見記憶在傳播過程中的重要性(錢玉芬,2007),整體而言,「認知效果」是閱聽人對訊息的反應,表現出對訊息的接受與分享。

此外,傳播者在傳播活動過程中最普遍的意圖,莫過於試圖影響閱聽人的「態度」,甚至說服閱聽人接受傳播訊息的觀點與建議(錢玉芬,2007),因此可以簡要的將態度界定為「個人對特定對象所持有的評價感覺及行動傾向」(李美枝,1995),所以說,態度可能會牽涉到個人對事物的「評價」,也就會產生正面(好的、贊成的)或負面的(壞的、拒絕的)想法,不過態度在強度上有強弱之分,可能是輕微的、中度的或極端的。觀察傳播中的「態度效果」,就是觀察閱聽人在接受訊息後,在態度上發生變化。

最後,從傳播的角度上來看,人類的行為基礎主要來自於需求與動機,人類 需求可依其對個體生存發展重要性的高低排列,只有在基本需求獲得滿足後,才 會出現更高階的需求,所以閱聽眾對於資訊的需求會越來越多。另外,所謂的動 機,係指一個人內在需求激發,為了滿足此等需求的行為。也就是說個體的行為 皆由動機所引起,動機是一切行為的原動力,這是動機的本質意義(楊鳳美, 2002)。因此傳播的行為效果指的是,當閱聽人接受到訊息之後,在行為上就會 發生變化。

綜上小結,為滿足閱聽眾多樣化閱讀方式,青年日報將本次改版創新變革, 人力、物力從類比轉向數位層面,不僅投資新穎設備、提升紙質,節省自印成本, 同時,改版後不只文字,圖像及影音素材等數位形式,讓紙本讀者從單一產生更 多互動,進一步延伸與加強讀者和報紙連結,更引領國軍走向數位發展其目的就 是希望能強化傳播效能,透過傳播者與受眾的相互作用,提升整體閱報率。

另一方面根據「2016年青年日報臉書網路閱聽人背景分析」與「2017年青年日報改版後效果表現指標分析」兩項專案研究報告中發現,隨著「青年日報」的改版,將紙本軍事新聞報導的專業內容,以更貼近讀者的思維與想法,摘要轉貼至臉書貼文上,獲得閱聽眾普遍的參與與回應,因此臉書的聲量與主回文比均呈現顯著的成長。故研究者提出,研究問題二:

2a: 青年日報改版後,其紙本在軍事新聞方面的知識性與專業程度,重要的指標效果呈現如何?

2b: 青年日報改版後,滿足閱聽人資訊尋求的重要的指標效果呈現如何?



National Defense University

第四節 版面編排設計與視覺圖像化

蘋果日報在2003年5月正式在臺灣市場發行後,其報紙在版面的編排與設計上,打破了當時臺灣報業長久以來的編輯模式,其主要採取了圖像化的編輯策略,成功地吸引了閱讀者的注意。也刺激了臺灣《中國時報》、《聯合報》和《自由時報》等三大報,積極的在版面設計上創新與運用視覺圖像化等方式作為因應對策。

而在多元化的媒體競爭下,各家報社深感提供一份現代化的報紙唯一的途徑,必須是不斷的求新求變,在美國,所謂的報業行銷革命根源,最早可以追溯到 1970 年代末期,當時各家報業負責人發現在激烈競爭的報業市場中,閱報率正在急速的下滑,因此,除了在新聞報導及文字內容的競爭之外,「版面設計」便成為了各家報紙在競爭激烈的媒體戰中一項重要的行銷策略指標。

另根據Coulson和Lacy (1996)研究顯示,1990年代的美國報社在面臨經濟衰退、發行緊縮、閱讀率下降及其他媒體競爭等壓力下,會馬上調整報導方式、新聞主題、版面設計;在新聞內容方面,尤其會加強人物特寫,並以獨特的報導內容來吸引消費者,企圖提升閱報率。從以上論述得知,可將新聞報導內容的類型、題材的廣泛以及專業的深度等,建構為效果表現指標。

其次,我們都知道所謂報紙的版面是提供給閱讀者閱讀的第一印象,亦是各種標題、文稿稿件、照(圖)片、色彩、線條等等的整體組合與結構。然而,隨著國家市場經濟的發展和各家報業積極的策略競爭,導致我國各家報紙的版面設計也越來越趨向千變萬化,色彩繽紛,最後形成了各種不同的版面風格。

然而,版面的風格,所指的便是在編輯報紙版面時所設計的樣式與格調,因此,一個具有整體效果、注重細節的版面更是凸顯出一家報業的領導風格、個性 化和成熟度的指標。而報紙的版面至少包括了標題、新聞內文、新聞提要及圖表 (片)等。各版面性質、大小的調配,乃是報社較高階層所做的決定,其目的不 僅是便於讀者尋找自己所要看的東西,養成讀報的習慣,而且也表現了報紙的編輯政策、報導重點與方向(徐昶,1992)。

過去臺灣報紙傳統的版面是以梯形標題形式組成,在報禁解除、電腦排版技術興起後,報紙的版面,因為多了照片、彩色畫頁等需要做處理,使得可讀性方面也相對提高。而在版面創新方面,包括以塊狀組成代替走欄、增設首版,以做為顯著的新聞題要與內容索引、字體放大、行距加寬等,另外標題也再不刻意講求對仗,而是強調以簡單易讀及生動有力的方式讓讀者快速吸收與閱讀(王天濱,2003)。從以上論述得知,可將新聞內容字體大小、內文的走文、字型多樣性、閱讀流暢程度等,建構為效果表現指標。

1983年Belden Associate Research 白皮書發現,美國前200名報紙最主要的改變,便是在於版面的形式與設計,而版面的改良,亦可增加讀者認同及讀者的忠誠(Garcia, 1993)。

在行銷概念的引導之下,報紙編輯室的編輯策略,開始把報紙當成一種能使 消費者接受的產品,版面設計迅速成為各報在激烈的競爭中的主要行銷策略,其 目的是為了設計更吸引人的版面並且貼近讀者需求,進而提升報紙的市場佔有 率。因此,成功的版面設計可以說是行銷報紙的利器;而成功的版面設計,便是 在第一時間吸引讀者的關鍵。

而在國內比較報紙版面的研究中,第一篇當屬王石番老師當年(1971)的碩士論文,他以內容分析法分析當時的民族晚報及大華晚報版面的競爭現象中,發現競爭加強後的兩家報紙,對於軟性新聞增加的比例,明顯比硬性新聞還要多,而且在新聞圖(照)片的數量上更呈現出增加的現象。

另外,王石番(1972)認為報紙競爭常以「改版」作為吸引讀者的手法,其研究分析發現大華晚報和民族晚報在進行改版競爭時,版面和內容都發生改變,兩報加強競爭後的內容;版面表現上,除了更重視軟性新聞、增加軟性新聞的標題總數量及小欄的標題外,每天除刊登的政治新聞和其他新聞照片外,並加強文

藝新聞、人情趣味新聞和犯罪新聞的圖片刊登。

事實上,有關透過報紙改版藉以爭取讀者的討論,大致可分三個方向:同質說(homogeneity of content between competitors)、異質說(differences of content)和折衷說(eclectic doctrine)。同質說的學者認為,報紙的競爭主要透過內容來吸引讀者購買及閱讀,但因為競爭的是同一群讀者,所以報紙為了滿足同一群讀者的需要,在所謂的新聞專業及時間壓力之下,導致產製的新聞內容差異不大(Weaver & Mullins, 1975; Gormley, Jr., 1976; Bigman, 1948; Haque, 1986)。

異質說的學者則認為,既然報紙競爭以吸引讀者購買自己的產品為主要目的,因此唯有增加吸引力,才能吸引讀者願意主動購買,也因此編輯和記者往往會在內容上作出區隔,報業工作者不希望讀者看到的是和對手報相近的內容,因此會針對閱讀者的需求來改進自己報紙的某些內容,藉以產生與其他報紙的差異(Lacy, 1987;Litman & Bridges, 1986; Rarick & Hartman, 1966)。

主張折衷說的人認為,由於新聞人員的新聞價值觀所見略同,導致競爭報紙的內容沒有太大差異,因此為了強化本身產製新聞的能力,往往會在競爭激烈的地區增加記者人手;並刻意區隔版面表現,透過不同的版面設計,並適時運用照片、圖表和吸引注意的標題,來增加新聞報導量,以提供更深入、更好品質的新聞服務(Lacy & Fico, 1989; Kenney & Lacy, 1987; Lacy, 1990)。但競爭是否一定會使報紙主動增加編採人員,還需要看報紙的財務狀況是否允許,換句話說,經濟力有時候對於報紙競爭及內容多樣的影響更大(Wanta & Johnson, 1994)。

目前,隨著信息化時代的來臨,大眾市場不斷分化,許多讀者對於訊息的獲得與要求亦多向電視、廣播、網路傳媒靠攏,導致報紙改變版面成為眼下許多報紙提高競爭力與影響力的重要手段之一。事實上,版面是報紙的形象代言,亦是報紙發言的一種手段,而版面設計是報紙內容編排的整體表現,他具體的反映出報紙對現實生活的態度,也反映出了報紙的個性。好的版面讓人閱讀起來不僅心曠神怡,從而激發讀者的美感情緒,吸引讀者有興趣地去閱讀。

此外,蘇蘅(2002)認為有關報紙形式的相關研究範圍極廣,舉凡在報紙版面上的所有元素,包括「標題、圖片和文字」等元素組合的最後版樣幾乎都可以成為研究之一。于鳳娟(2002)曾指出,版面及版次、字體、圖像及照片是決定報紙版面最重要的四個元素。而標題、內文、圖說、照片等四個要件,更是報紙版面的最主要部分。

柯裕嘉(2011)則認為版面形式,將文字、照片、圖像加以編排也是報紙形式呈現的重點,這其中包括「設計的構成體」(如頁數、紙質)、「資訊的表現方式」(如裝訂、印刷版式)以及「資訊內容」(如文字、照片、符號) 等三大要素。

Dennis (1984) 認為版面設計、呈現方式以及美觀形式等是評估媒介品質的重要判準,往往包括標題、照片、圖表等篇幅的大小、以及不同類型的新聞在版面上或標題所用字級大小等視覺要素的實際安排。而事實上,一份報紙版面構成的要素,主要分為五大元素,分別為標題、圖片、文字、線條與空白:

1.標題:

包括新聞標題、評論和專欄的主標、專輯的總題與插題等等,也是新聞的索引、目錄;標題所用字體、字級大小、題型等在版面上的分布情況,往往會影響版面的美感。

2.圖片:

包括新聞照片、示意圖等等,往往是閱讀者在看報時第一眼看到的地方。

3.文字:

內文的字體、字間行間、級數等,會影響讀者閱讀時的舒適感,也影響到整體 版面的風貌,。

4.線條:

對於報紙版面而言,具有分類、美化與強調的功能。

5.空白:

報紙版面上出現適當的空白,有時更能凸顯標題和照片的重要性,也能增進閱讀的舒適度。

Bogart (1989) 指出,版面設計的改變有時來自於報紙競爭的結果,有些報社會用增加電腦繪圖、放大照片或改變標題字體以及運用更多色彩,有些則改變廣告頁和廣告欄位的製作方式,有些甚至把頭版改成富於現代氣息的塊狀組版。

Lacy (1987;Litman & Bridges, 1986;Rarick & Hartman, 1966)等人認為,各報社在面對競爭激烈的環境時,其編排手法會透過增加新聞篇幅,運用大照片、圖表等,在版面設計上做出更突出的視覺處理以示區隔,有些報紙則會更重視以不同視覺方式呈現新聞,所以報紙往往以新聞版面表現的差異作為市場區隔。

然而,版面的內容除了新聞文字和廣告之外,其他的部分皆可稱為「視覺化的素材」。林宜箴(2001)將構成報紙版面的「視覺化元素」分成照片、標題、資訊圖像三大類。陳百齡(1996)提出報紙圖像可分成兩類:一類是表達或指示時間或空間關係的圖像,如示意圖、地圖等。另一類則用來表達數量方面的資訊,如統計圖、長條圖、線型圖或表格等。綜上所述,本研究將視覺化素材分成以下幾類介紹之:

(一) 照片

照片在報紙的版面構成中扮演著十分重要的功能(林宜箴,2001),對讀者來說,照片能產生親切感與真實感、甚至令人動容的感受。換言之,照片能夠美化版面吸引注意、並且輔助說明內容。對報社編輯而言,可以是美化版面不可或缺的東西,而且可以隨時用來調節處理稿件被刪或換掉時的情況;林宜箴(2001)針對年輕讀者對版面觀感的研究發現,主照片「使用大照片」會比「使用一般大小照片」更令年輕讀者覺得這版面更吸引人。說明了圖像化的編輯確實較易吸引讀者的目光,也讓人更容易、也更願意閱讀。

Bohle 與 Garcia (1987) 曾在研究中分析報紙元素對消費者的吸引力,他們以是否具有色彩或照片的報紙來測試消費者的注意程度,結果發現無論報紙是否

彩色,主照片仍然是受試者最先注意到的元素。

于鳳娟(2002)曾經強調,報紙上照片的主題應該清楚而強烈,內容必須要自然真實,因此,在報紙編輯的角度上,應該強調特寫,以達到戲劇性的感受,凡是會分散注意力都應予以刪減。Denton(1992)也曾指出,設計者應考慮照片在版面的位置及呈現方式時所製造的衝擊性,故照片尺寸是非常重要的考量。從以上論述得知,可將照片組合程度、大小、數量以及呈現方式等,建構為效果表現指標。

(二)標題

標題是新聞的中心或重點,把新聞的主要內容和精粹部份提煉出來,引起讀者的興趣。標題的注意力比新聞內文高五倍,報紙的閱讀誘因 50%來自標題,能滿足讀者好奇、利益、需求的標題,閱讀率可能高達 75%(馬西屏,1998)。

我國報禁開放後,使得各家報社在內容上大幅增加,讀者有時為了節省時間,於是出現了越來越多只看標題而略過內文不看的讀者,也就是所謂的「標題讀者」,因此對報社的編輯來說,標題如何處理,就變得相當重要了(沈征郎,1992)。陳崇茂(1997)曾表示標題如同新聞的題目或摘要,通常安置在內文上方或兩側以粗體大字呈現。標題在結構可約略區分主標、副標、、子題、引題、插題等。而標題的目的在於吸引讀者注意,標題的功能可包括下列幾種(鄭貞銘,1990;徐昶,1992;彭家發等編,1997):提示新聞的主要內容、表現新聞的重要性或影響性、表現報紙的特色(嚴肅性或趣味性)、說明新聞的發展趨勢、吸引讀者閱讀興趣、以及從視覺和閱讀心理上組成並美化報紙版面等。另外,受國外風潮影響的報業,由於報紙頭版常常只有一則新聞,有時更將全版都讓給廣告,因此,頭條標題字體的大小,幾乎決定了消費者是否閱讀與購買報紙的行為(胡立宗,1999)。從以上論述得知,可將標題文字大小、多寡、字型、多樣性、走文方式、色彩豐富性、知識性與子標題契合程度以及吸引程度等,建構為效果表現指標。

(三)資訊圖像

報紙版面運用圖表,可以幫助讀者理解新聞事件發生中的空間、時間、或數量間的關係,而「資訊圖像」泛指各種統計圖、表格、地圖或示意圖,結合數字,用途在將複雜的資訊以清楚簡單的方式呈現。Utt & Pasternack (1985)曾經將報紙的發行量和其版面圖像元素(graphic device)的多寡來進行比較,結果發現發行量較大的報紙在圖像元素的使用上較為傳統(traditional),而以零售為主的報紙在圖像元素的使用上則會較為創新(modern)。另外,Kenney & Lacy (1987)也曾經對報紙競爭程度(以發行量作為指標)以及圖像運用之關連性進行研究,結果亦指出當競爭趨於激烈時,版面的照片、圖表等比重都會相對增加。

事實上,歷來研究資訊圖像(informational graphics,亦稱為 inforgraphics)的學者都對其有各自不同的定義,但整理比較之後大體上可認定資訊圖像不外乎三大類,一類通常以表格、統計圖、餅狀圖或柱狀圖等方式來表達數量方面的資訊,另一類是用來表達空間或時間關係的圖像,如地圖等;第三種資訊圖像則單純以電腦方式繪製,例如氣象圖、股票資訊等均以圖像形式呈現訊息(Utt & Pasternack,1985; Garcia,1987;陳百齡,1996;羅文輝等,1999)。美國的報紙自 1980 年代後,運用圖像資訊的比例也逐年增加,其版面一直呈現出圖像化的趨勢,更成為頭版版面設計的主軸(Utt & Pasternack,2003)。但國內報紙,一直到 1988 年以後,圖表才受到報紙頭版的重視(羅文輝等,1999)。甚至到了 1994 年國內首次省市長民選結果揭曉,各報社便都運用各種圖像來顯示結果,導致往後只要與選舉結果相關的新聞,幾乎都可以看到資訊圖像的使用(蔡佩蓉,1995)。從以上論述得知,可將資訊圖表的內容、美編與清晰程度以及照片篇幅大小、數量等,建構為效果表現指標。

(四)色彩

李欣青(1996)曾經對色彩歸納出運用的幾個原則:第一,色彩太多會造成 閱讀困難,達不到原先用來強調、標示、區辨與連結資訊的色彩功能,同時閱讀 者也會對色彩訊息產生適應困難;第二,色彩的搭配與對比,對注目性的高低有 相當的影響。若使用過多醒目的色彩,易引起閱讀疲勞,因此在選擇色彩組合時,色彩的相容性與和諧性;另外,色彩的亮度也會影響識別程度;最後,由於功能相同的資訊標示上同樣的色彩,將可以幫助閱讀者記憶訊息,因此色調的一致性亦需考量。

Click和Stempel III(1982)的研究發現,絕大多數的讀者認為彩色版的吸引力 遠超過黑白版,且讀者對於頭版使用色彩的報紙評價高於未使用色彩的報紙。柳 閩生(1987)認為色彩是對版面中面積、塊、量的考量,利用色彩特性取代裝飾, 也有助於強化訊息,並挑起視覺的興奮感,使報紙成為一種視覺媒體(Moen, 1984)。Bohle 與Gracia(1987)的研究則是將讀者對報紙色彩的反應進行比較, 發現報紙的彩色或黑白印刷會影響讀者對版面的吸引力,讀者喜歡色彩印刷,甚 至強過照片。從以上論述得知,可將報版印刷套色、色彩豐富性、清晰以及視覺 呈現程度等,建構為效果表現指標。

另根據研究者執行「2016年青年日報臉書網路閱聽人背景分析」、「青年日報改版後效果表現指標分析」兩項專案研究報告結果顯示,隨著2017年青年日報改版後,其臉書貼文引發聲量與按讚數以圖(影)片較大,顯見以視覺化方式呈現的圖(影)片效果,較能獲得廣大閱聽眾的喜愛。

綜上小結,根據過去研究顯示,「照片」、「標題」、「資訊圖像」及「色彩」等四項手法運用不同,會影響報紙視覺化元素的差異,亦即版面編排的不同, 進而導致讀者閱報行為的改變,故研究者提出,研究問題三:

3a:青年日報改版後,在印刷程度上,重要的指標效果呈現如何?

3b: 青年日報改版後,在編版設計上,重要的指標效果呈現如何?

3c:青年日報改版後,在整體視覺上,重要的指標效果呈現如何?

第三章 研究方法

學理上,要建構「專業能力」測量的指標,必須選定正確的研究方法,才能建立科學性的指標,達到欲測量之專業能力水準的目的(Horwath & Morrison, 1999)。本研究置焦於「軍報報版改版後效果表現指標」的建構,而從上一章文獻探討部分,我們了解到隨著時代的進步與社會多元化的發展,報紙的版面設計與視覺圖像化的重要性,且報紙的印刷更精美,版式更靈活,內容越來越豐富,形式也越來越多樣化,而青年日報為了適應多元且複雜的社會現象,也為了能有效地替閱聽人服務,在面對當前報業的競爭越來越激烈之下,並不積極擴大其發行量,而改走分眾化的經營路線,力求鞏固讀者群,滿足閱聽眾的軍事資訊需求,並且順應時代潮流,走向專業性的報刊發展。

再者,考量軍事專業報紙本身所具備之複雜性、獨立性以及專業性,研究者認為,如要建構一套符合軍報報版改版後效果表現指標與策略,必須要汲取產、官、學界三個領域具有相專業能力以及豐富經驗之專家群之意見,故本研究採用具有整合專家意見之「修正式德菲法」(Delphi Method)作為本研究之研究方法,並以深度訪談法作為輔助,建構出一套符合目前軍報報版效果指標,期望能對「青年日報」報社未來執行改版後報紙編版與設計整體策略能有所貢獻。

本章則將從修正式德菲法的意涵、演進、原理說明修正式德菲法之定義與運用以及分析;並陳述質性深度訪談法之類型分析基本概念;以及修正式德菲法在本研究中之運用步驟、問卷設計以及統計分析之標準與方法做一詳細之說明,茲分述如下。

第一節 修正式德菲法(Modified Delphi Method)

一、修正式德菲法之意涵與原理

「Delphi」一詞,源自古希臘太陽神阿波羅神殿中的「德爾菲神諭」(Delphi Oracle)命名的,它是一個預卜未來的神諭之地,故當社會遇到重要決策時,主事者會到太陽神阿波羅神殿,請求太陽神給予指示。社會學家便採用其「預測未來」的涵義,藉由邀集專家、學者的參與,針對特定問題,運用通訊方式,將所需解決的問題分送到特定領域專家、學者的手中,借重並聚斂專家的知識與經驗,整理出綜合意見。隨後將整理出的綜合意見和預測問題再分別分送給專家、學者,再次徵詢意見,試圖透過多次反覆的循環與問卷回饋的方式,讓專家、學者的意見最終趨於一致性,藉以逐步取得比較一致的預測結果的決策方法,適用於指標建構(許美瑞,2010;鄭自隆,2011)。

修正式德菲法主要是應用在資料不足或情況未知下,透過學者、專家提供該領域的專業知能、經驗及意見,以獲得對特定議題的共識。因此,修正式德菲法可以說是藉由群體溝通意見的歷程,採用匿名性的專家集體決策技術,蒐集群體中個別的意見與判斷,統整形成決策或意見。這種匯聚特定領域學者、專家對某一特定議題、事件,獨立運作的一種有系統的反覆的預測方式,其目的是經由團體性修正後之判斷等有組織的方法,在未來事件的預測上取得專家的共識。此法被認為適用於資訊不足、意見分歧、情境不明時,需要彙整專家意見方能解答的情境之下。

Delphi Method是在20世紀40年代由赫爾默(Helmer)和戈登(Gordon)首創,而「Delphi」技術運用在軍事上,最早起源於冷戰時期,1953年美國智庫蘭德公司 (RAND Corporation)為了了解美軍的北美防空研究,由Olaf Helmer和Norman Dalke兩位專家,邀請七位美國各地的空防專家,針對是否將核武視為防禦系統的

議題,採用匿名方式交換專業意見,結果成功的預測美國的空防策略發展。後來「Delphi」技術被廣泛運用在各個學科領域上,包括課程規劃(Classessment)、 鑑別問題與尋求解決方案(Problem identification and formulation of solutions)、價 值判斷(Value judgment)、預算分配(Establishment of budget priorities)等(Brink, 1981;鄭湧涇,2002)。可以說是一項具有前瞻性的社會研究方法。

換句話說,Delphi法主要是在面對決策時,首先要找出「先知先覺型」人的意見,以作為決策依據。通常在進行Delphi法之前,要整理一個問卷或檢核表,在問卷上要先說明該項勾選的指標、內容敘述等,或是藉由問題來發掘大家的問題、關切的焦點以及選項。最後歸納出結論,再發一次問卷,過程可以反覆不斷進行。

然而,在說明修正式德菲法的內容之前,必須先瞭解修正式德菲法的理論是 建構在幾個假設之上(Dalkey, 1967):

- (一)團體之判斷優於個人,由群體成員集思廣益、一同討論所產生的決策,往 往會比由單獨個人獨自想出的辦法更為周全、有效,意即團體比個人擁有 更多的資訊以供判斷,尤其是當修正式德菲法的成員組成份子都是該領域 學有專精或有豐富實務經驗的人時,決策品質理當更好。
- (二)一群專家學者對於某一特定問題的彙整意見或主觀判斷會比其他團體所提供的資訊更具正確性。
- (三)運用專家學者的專業知識判斷或預測問題及事件的發展趨勢是合理的,因為專家學者擁有專業的知識或豐富的工作經驗,能分辨出希望(hope)與可能性(likelihood)的差別。
- (四)集體決策在理想上雖較個人決策有效,但當群體成員面對面溝通時,卻很容易因為眾多干擾因素,例如群體極化(Group Polarization,即個人決策因受到群體影響,容易做出比獨自一個人決策時更極端的決定)或樂隊花車(Bandwagon Effect,指人們受到多數人一致性思想或行動的影響,而跟從大眾的思想或行為),而影響了原本應有的集體決策效果(Murry& Hammons,

- 1995)。因此,為了避免在團體決策的過程中發生的現象而影響決策結果,專家們彼此必須避免面對面溝通(傅文成,2006)。
- (五)修正式德菲法採用匿名的方式實施,而匿名的作業方式與團體的壓力相比, 較為理性溫和,可使參與者克服人際關係的壓力,且經由適當的問卷設計, 可創造內部潛在的互動,其效果不輸公開的會議討論,且可以使得少數意 見得到尊重。

基於以上的假設,可以知道,修正式德菲法採取的是過程匿名式(Anonymous)的專家集體決策技術,具有預測未來、評估現況的功能。其在蒐整學者、專家群體意見時,一方面保有學者、專家集體決策的優點,另一方面也力求避免成員面對面時的溝通干擾,也就是說針對某一問題或未來事件,以學者、專家為施測對象,在彼此匿名的方式下調查,並透過特定程序和反覆步驟,匯聚專家的知識與意見,甚至是創見,最終獲得學者、專家間一致的共識(Murry & Hammons, 1995)。

修正式德菲法是透過學者、專家等群體對某一特定事項的建議,而尋求一致性意見的研究工具,而此一研究方法有以下幾個特點(宋文娟,2001;李芳甄,2002;陳虹如,1997;張寶誠等,2000;Adler、Ziglio,1996;謝思慧,1995;轉引自黃鈴翔,2003):

(一) 專家小組的成員與研究效度息息相關

Murry & Hammons (1995)針對過去修正式德菲法的研究文獻中發現,修正式德菲法專家小組的組成人數介於 25 至 30 人之間,對於決策品質與意見多元化就已經具有一定成效,大於 30 人的專家小組對於整體的研究貢獻並無太大助益。

在本質上,修正式德菲法是由各種不同背景、領域、經驗豐富及學有專精的人士參與,針對受議的主題加以探討,透過問卷互動辯證之後,集思廣益地尋求解決策略,提出精闢的見解後彙整成為重要的資訊來源,因此小組成員的遴選占相當重要的成因,故專家的組成將決定修正式德菲法研究的最終結果。換言之,研究成果之效度深受學者、專家成員組成之影響(Dawson、Brucker, 2001; Green et

al., 1999) 。

(二)研究程序上具有匿名性

Murry, Jr., & Hammons (1995) 認為,透過該領域學有專精的專家、學者的集體思考、共同討論後所產生的結果會比個人獨立思考所得出的結論更為周延;但若是透過非匿名式的溝通或討論,則會產生以下缺點(邱淑芬、蔡欣玲,1996; Gary, 1992):

1.團體思考(Group think):

在團體中,大部分成員的觀點會出現集體偏向,易形成偏頗的決策內容。

- 2.樂隊花車效應:未經深慮的思考,僅盲目附合眾人看法。
- 3.權威式服從:不願或不敢提出與多數人或權威觀點不同的看法與意見。

因此,為避免在團體中產生威權式服從(Authoritarian submission)及從眾效應(Bandwagon effect)等心理因素,透過匿名方式使修正式德菲法的小組成員能隨心所欲的表達意見,提出獨特的見解與看法較具公平性。

換言之,所有參與修正式德菲法研究的學者、專家等,以匿名的問卷形式進 行意見的交換,讓參與討論的專家成員不受地位高低、表達能力與社會人際關係 等心理障礙的影響而能充分表達意見,較之一般團體討論所得之結果更具有調查 可信度。

事實上,修正式德菲法是透過學者、專家群體思考的意見所彙整成決策的成果,不需大量樣本,但樣本應具有代表性,以專家的直覺性主觀判斷,在研究的過程中針對所設定之問卷議題,透過匿名專家及不斷書面討論的方式,獲取出大多數人的看法,導向出專家群一致之意見(Dalkey & Helmer, 1963;Hartman, 1981;宋文娟, 2001)。

(三) 意見蒐集透過反覆多次的問卷回饋而來

Elmer et al. (2010) 認為修正式德菲法乃「透過多次反饋機制步驟,試圖從一個特定的樣本中獲取一致意見的方法。通常是透過學者、專家的見解,應用於受

限的知識領域或是高度不確定性的狀況」。

由此可知,修正式德菲法與一般問卷的單向溝通不同,針對第一回合問卷回收後,即可開始進行統計工作,同時為了使學者、專家們瞭解自己上次的填答內容和群體中之填答傾向,將於第二回合問卷上呈現出第一回合中學者、專家的看法與意見趨勢,若是專家的初始意見與群體意見不相同,但對後來對群體意見表示贊同,亦可於下次填答問卷時修正。倘若學者、專家堅持自己原先意見的立場,亦可以在下次問卷中陳述原因,其目的就是在透過反覆的問卷調查,讓學者、專家不斷進行確認及修正,使得研究者能在數次的反饋後得到一致性的結論。

換句話說,就是藉由數回合的調查訪問,使參與者回答預先設計之問卷,並 使其對集結起來的判斷論證作整體考量,受訪之專家、學者等可參考上一回合調 查結果進行個人意見的修正,使個別的意見趨於整合,達成進一步的共識,也是 這項研究之精神所在,可以集思廣益又可以維持專家獨立判斷的能力。 (四)以統計的方式進行檢定

修正式德菲法乃是藉由系統化的方式取得學者、專家共識的量化研究(Green et al., 1999);透過統計方法的實施,以確保每位學者、專家所提出的意見均被納入分析,確認意見的共識程度,實際清楚的瞭解群體專家的意見走向(徐仁傑,1980)。且在面對所有參與者的意見作綜合判斷時,通常視其「離勢」、「中數」、及「次數分配」情況而定。

綜合上述,修正式德菲法係透過個別問卷施測的方式進行調查,彙整相關領域學者、專家意見,再經由多次回合的統計聚斂效果,以求得學者、專家意見的共識,既保留了專家共同決策的優點,又可以避免面對面時所發生的干擾,是能夠有效的預測未來,或是得到特定議題的結論的一種研究方法(王隆綱,2015;鄭自隆,2011;許美瑞,2010;Elmer et al., 2010;傅文成,2006;Murry & Hammons,1995)。

二、修正式德菲法之優點

高新發以及傅文成曾於2006年提出修正式德菲法有以下幾個優點:

- (一)學者、專家在其專業領域及可獲得的資料中,審慎反覆思考,屏除偏見做 出決定(Elmer et al., 2010: 110)。
- (二)參考既有的問卷中找到更進一步的資訊,不須在一開始給學者、專家過多問題題向的問卷。
- (三)在研究過程中,學者、專家會針對問卷之問題題向提出質疑,經多反覆多次回饋後,可彌補研究者在該專業領域的知識不足,並透過後續幾回合中不斷修正,降低最終結果的缺失。
- (四)採用郵寄方式進行問卷,不需要面對面的會議舉行,因此毋需排定特別時間及地點。
- (五)透過反覆步驟與特定程序,所形成的專家共識與意見結果,較能獲得大眾 的認同與支持。
- (六)採取匿名與非公開的方式,使得參與者不會受到外在群體壓力的影響,反 而可以暢所欲言的表達意見。

三、修正式德菲法之限制

另外,德菲研究法也有一些使用條件及限制(Sharon & Ken, 1982;王文科, 1999;郭生玉, 1981;楊國樞等, 1978):

- (一)修正式德菲法施測耗時、不易控制進度,學者、專家意見也難免會出現前 後矛盾之處。
- (二) 過度仰賴專家的直覺知識,導致研究結果易受專家本身主觀判斷的干擾。
- (三)施行過程由施測者統籌主持,因此可能受到施測者的干擾。
- (四)修正式德菲法的最後結論大多較為籠統,無法作為詳細規劃與具體細節,

因此僅能作為訂立策略時的方向指導與參考指標。

- (五)參與動機不高的施測對象易在研究過程中途退出施測。
- (六)調查結果的品質,完全取決於調查對象所作的決策與其「專業知能」的水準。
- (七)無法為樣本解說問卷問題的意涵,無法控制調查樣本填寫問卷的情境,及 意見的背景因素。

四、修正式德菲法之應用

修正式德菲法,適用情境是當決策者面臨政策決策不良、相當複雜、資訊不足、性質專精,後果難以預測估計時,透過學者、專家等群體思考進行腦力激盪式的政策德菲作業,所彙整成決策的成果,不需大量樣本,但樣本應具有代表性,以專家的直覺性主觀判斷,對研究過程中所設定之問卷議題,透過匿名專家及不斷書面討論的方式,獲取出大多數人的看法,導向出專家群一致之意見,提供決策者做為選擇方案的參考(傅文成,2006; Dalkey & Helmer, 1963; Hartman, 1981; 宋文娟,2001)。

事實上,典型的修正式德菲法第一回合問卷係採自參與專家的個別意見作為編制問卷的依據,故本研究參酌「青年日報 106 年度改版專家滿意度調查」之意見,並依據文獻探討來發展問卷第一、二部分的結構式題項,輔以第三部分的開放式問卷,俾利專家學者依照自己的想法提出題項的合併以及意見的新增與修正。

另外,為了確保研究結果的有效性,在決定運用修正式德菲法進行研究之前,必須考慮修正式德菲法是否真的適於解答該研究主題(Murry & Hammons, 1995)。一般而言,修正式德菲法適用於下列情況(Listone & Turoff, 1975;轉引自傅文成,2006):

(一)針對研究問題無法提供精確的分析技術時,可以藉由蒐整主觀判斷資料為答案。

- (二)研究問題本身之不確定性高且能獲得的資訊較少。
- (三)個人參與者對於廣泛、複雜的議題,雖可提供意見,但缺少與不同領域的 專業與經驗交流且缺乏與其他參與者之間的互動與討論。
- (四)需要多人一起針對議題討論意見,倘若採取面對面會談方式,為了能有效互動,參與人數便受到限制。
- (五)面對面的集體討論的方式,必須面對群體時間及地點難以排定,以及大量 費用等問題。
- (六)個人與群體間的意見交流需要有效率的互動,不受次級團體傳播的影響。
- (七)在面對面的集體討論過程中,易因彼此立場互異、意見不同而引發不快, 故在溝通過程中需要確保參與者的匿名性以及仲裁機制的存在。
- (八)必須保留參與者的異質性,以避免因多數意見的優勢與個人人格特質等, 而影響了研究結論的變異性。

此外,修正式德菲法專家的選擇與確認係以對研究主題具有專業能力為指標, 其判斷標準包括參與的專家是否比大部分人對該主題有更深入且完整的認識?是 否具有相關工作經驗以及是否為相關專業團體的成員(Hill & Fowles, 1975,轉引 自林倫豪、徐昊杲,2012:256)。因此本研究依研究主題分別邀集資深從事新聞 工作人員、實際負責或參與青年日報報版改版編輯策劃人員以及長期致力於新聞 與大眾傳播研究之學者、區分產(業界)、官(軍方)、學(學者)三個構面進 行探討與指標建構。此外,傅文成(2006)認為修正式德菲法的人數應介於12到 20人,而鄭自隆(2011)則認為修正式德菲法人數應多於10人,但超過30人,將 因工作繁雜,難以獲得有效結論,對研究貢獻亦極其有限。故綜合學者意見,本 研究在產、官、學三個構面邀請學者、專家及一般閱聽眾共計20人。

基此,考量本研究主題目前在軍事專業報發展中,尚欠缺一套標準的指導程序,故其中所能參考資資訊並不充裕,且新聞工作中軍報報版改版後之效果、專業性質等,由單一特定個人之意見作為全般指導原則較不適宜,故本研究運用修

正式德菲法之群體、匿名決策、反覆聚斂等特性,可在腦力激盪情況下,收集思廣益之效,解答本研究之問題。

五、修正式德菲法在本研究中之運用

修正式德菲法進行的過程區分為第一要先確定研究的主題(包括研究的問題、目的,及所需要的資訊為何?)第二是專家的選擇,第三則是問卷的設計發放與回收,最後為資料的整理與結果的分析等四個階段,另依據Murry & Hammons(1995)之相關研究整理並檢視相關的研究報告(游家政,1996;謝臥龍,1997;吳雅玲,2001;陳雅慧,2002),瞭解Delphi 技術的研究程序,包括下列三個步驟:

(一)編成Delphi 小組:

Murry & Hammons (1995) 研究過去的修正式德菲法文獻發現,Delphi專家小組的成員大概介於25至30人之間,因為樣的人數已經達到意見多元化與決策品質的最大極限,而傅文成 (2006) 認為修正式德菲法之主要精神,在於整合專家意見,故所邀請參與研究之學者、專家群數是修正式德菲法研究進行之第一階段重要決定之關鍵,邀請專家群數過多,會造成意見無法整合,對於研究的貢獻並無太大的助益;而過少,又會形成無法問延表現各面向之考量,一般而言,修正式德菲法的人數應介於12到20人。

此外,修正式德菲法的問卷過程至少要執行兩次以上,施測的問卷次數越多,專家的意見也會愈集中、穩定,故本研究邀請之學者、專家必須具有與研究領域相關之實務經驗,對議題有深入的瞭解,能反映多元的觀點,為學校所認可之教師資格,具有高度參與熱忱及興趣,願意接受問卷調查並與人分享資訊,以及能對此議題提供豐富資訊者為主要考慮對象。

參與研究之學者、專家人數決定之後,即可進行連絡,詢問其意願,並且詳細說明有關研究主題以及修正式德菲法的實施程序,由於Delphi 技術的問卷調查

需透過至少二至四回的問卷調查,往往耗時數月,而且填寫內容繁瑣,因此專家的熱忱與參與之意願,亦為選擇時重要的考量,且匿名的保證以及設計問卷研究進行以及處理方面,都必須要謹慎處理,才不會導致研究結果發生偏頗的情況。

(二)設計問卷實施反覆性調查:

傳統 Delphi 技術需至少包括三次問卷,其中又以第一回合問卷之設計與調查 最具關鍵性;因此,本研究將其與其他回合之問卷設計與調查分開說明如下:

1.第一回合問券之設計與實施:

在第一回合的問卷說明函(cover letter)中之敘述內容至少應包括(吳雅玲,2001):研究目的、研究重要性、問卷填答說明、問卷填答期限、聯絡方式及感謝用語等,用以向填答者說明本研究之目的與問卷結構,並陳述填答方式,主要考量係因Delphi 法的問卷實施方式較為複雜;另本研究問卷包括三大部份,第一部份評估青年日報報版改版後在報版版面標題、內容、印刷程度、版面編排設計等構面之看法及重要性。第二部份評估青年日報報版改版後,將軍種報併隨夾報效益構面之看法。第三部份詳述對問卷內指標內容之意見、可以合併之題號以及對於合併之原因,或提出認為其他有關青年日報改版後,在版面編輯或選擇新聞報導內容、題材指標等之創見。

2.第二回合(含)以後問卷之設計與實施:

Delphi法有別於傳統問卷調查,主要採用多次連續反覆回饋式的問卷調查策略。回饋式問卷調查,是在每回合的問卷中,提供前一回合調查統計與意見反映,此一回饋結果可提供小組成員填寫每回合問卷的參考。如此交流互動的過程,有助於學者、專家針對議題時,思考問題癥結中的重要性排序,使專家群對此議題的意見差異降至最低程度,最後趨向一致,並形成共識(游家政,1996;謝臥龍,1998)。

基此,本研究第二回合以後的問卷內容,強調回饋式的問卷設計與調查,是 整理歸納第一回合的問卷調查結果;因此,在研究說明函中,即應包括前一回合 問卷處理方式、量化資料的簡單說明及問卷填答說明等(吳雅玲,2001)。故第二回合以後的問卷設計需附上前一回合問卷之簡單統計資料,及專家所陳述之意見,以作為小組成員填寫問卷之參考。

3.問卷的形成與效度:

本研究彙整2017年5月「青年日報106年度改版專家滿意度調查報告中」有關專家學者的訪談結果作為參考,同時彙集有關於「國軍文宣策略」、「專業報的定義與類型」、「使用與滿足」、「資訊尋求」、「傳播效能」、「報版版面編排設計與視覺圖像化」等國內外相關學術研究期刊與專書等,予以整理、歸納、分析,作為指標建構之理論基礎,並將第二章所整理之文獻結果,另結合近期青年日報改版後報版編版與設計整體策略與新聞報導所呈現之特性與態樣,依據「青年日報」軍事專業報之組織特性觀點切入,篩選出適用於軍報報版改版效果表現指標,經綜整與合併後,重新分類並建構「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面55項指標,再由15位學者、專家(包括大眾傳播學界學者、實際執行青年日報改版主管、資深媒體記者)與5位一般閱聽眾等,所匯集組成之修正式德菲法專家群,採問卷方式針對問卷題項實施三回合問卷調查,並包括數據統計及專業意見,務求問卷的內涵效度更為深入與貼近實際情況。因此,本研究之修正式德菲法研究已具有專家效度。

(三)調查統計與資料分析:

正因為Delphi 法主要是透過回饋式的問卷調查,獲得小組中學者、專家成員一致性的意見,因此,傅文成(2006)指出,在修正式德菲法研究過程中所彙集的專家意見,主要可區分為針對相關課題之內涵與分類,根據半結構式的質性陳述,採用分析、歸納及比較的論證方法進行「質」的分析,並對指標提出增修或意見說明,以呈現出專家回饋意見的差異性;而在「量」的分析方面,則是透過德菲小組成員在各題項中「重要性」圈選結果尋求是否一致性的答案,呈現評定

指標的重要性(平均數)排序、歧異指標(標準差)的離散分布情形,藉以瞭解各學者、專家在題項「重要性」的認知程度;故本研究採取六點式李克特量表(6-Point Likert scale)的方式實施調查,完成後進行量化描述性的統計與分析,內容包含:

1.回饋性訊息:

(1) 次數分配 (Frequency, %) 之百分比:

在SPSS的描述性統計分析中最基本也是最常用的方法之一,便是次數分配分析(Frequency)。透過次數分配分析,可以獲得平均數、標準差、變異數、範圍、平均數標準誤以及偏態和峰度係數等重要的敘述統計量。而本研究的重點在於實施各回合問卷後的回饋資訊,而所謂回饋資訊乃是在施測本回合問卷時,對前一回合問卷中,每一指標題項經由每一題項的次數分配及百分比之統計方式,藉以獲得該題項重要程度答題的結果與認知,所以進行次數分配百分比分析不僅可以方便地對資料按照組別方式進行歸納整理,亦可以對資料的分佈形成初步的認識。

(2) 重要性排序值之平均數(Mean, M):

平均數是統計學中最常用的一種中央趨勢之衡量統計量,也是描述性統計數據中初步判定的指標,可以用來表示資料中,觀測值相對集中較多的中心位置,也就是統計資料之集中趨勢量數(Measures of central tendency),亦稱數據的中心位置。對於 Delphi 技術來說,「平均數」表示某一指標重要性程度的評定結果,其值越大,代表指標的重要程度就越高,反之,值越低,表示指標的重要程度越低。因此,在 Delphi 法之問卷中,研究者觀察各指標的平均數變化,達全數指標十分之九以上的改變,即可作為整體評量專家小組的重要程度,並據以評定各指標重要性的高低排序,意即平均數可用以表示 Delphi 小組成員,對於某一課題重要性之集中情形,亦可做為各不同課題間重要性排序之依據。例如走國道高速公路往返北高兩地,全程平均時速為 60 公里,其中最高時速為 90 公里,最低為 30 公里,則以 60 公里來代表全程時速,比以 90 公里或 30 公里來代表更為適當,且

其可能發生的誤差值最小,此時速 60 公里即為走國道高速公路往返北高兩地的集中趨勢量數。

(3) 比較意見穩定性與剔除意見峰值之標準差(Standard deviation, SD):

標準差是將一組數值從平均值分散開來的程度的一種測量概念,用於計算各 個分數和平均數離散的差距。簡而言之,標準差係用來檢定學者、專家群體對各 題項意見的變異程度,以衡量整體學者、專家之意見的一致程度。標準差的意義 就是能夠用來比較這些分數到底離平均值有多遠。舉例來說,假設孩童A的數學成 績平均為60分,標準差為2分,孩童B的數學成績平均亦為60分,但標準差為5分, 雖然兩人平均分數一樣,但是孩童A的成績會比孩童B來的平穩一點,故標準差就 是可以讓人知道一組資料本身的離散程度。在 Delphi法中,將問卷前後的差異, 透過標準差的方式來檢驗小組成員對某一題項選答的集中與離散情形,以作為意 見穩定度判斷之標準。本研究中在標準差的檢定標準上,若某題項的標準差大於 平均數,則代表全體專家意見是極度分散的,而當標準差小於平均數,且該回合 的標準差小於或等於上一回合的標準差,則可視為專家意見達到高度一致或中度 一致穩定,即完成修正式德菲法問券的問項。另依據Rice(2007:61)所撰 寫"Mathematical Statistics and Data Analysis 3rd"一書中指出,若樣本母體是依照常 態分配的假設下,68%的數據會分佈在平均數加、減一個標準差的範圍內,換言之, 其兩端的16%即代表意見峰值,在本研究的第三回合結束後,為避免因少數專家的 意見影響大多數專家的決策結果,將運用此概念來剔除專家的意見峰值。

(4) 意見離散情形之四分位差(Quartile deviation, QD):

四分位差是用來觀察參與修正式德菲法之專家的意見集中程度,並且分析各構面問項之集中等級程度,因此,為了檢定修正式德菲法專家意見的一致性程度,可以透過四分位差的方式來檢定專家意見的離散情形。所謂的四分位差係指將各個變數值按大小順序排列,然後將此數列分成四等份,所得第三個四分位上的值與第一個四分位上的值的差的一半。換句話說,四分位差可以反映了數列中間50%

數據的離散程度。其數值越小,代表中間的數據越集中;數值越大,代表中間的數據越分散。

2.一致性判斷:

專家群一致性標準在於比較各題項第三回合與第二回合問卷結果之標準差改變情形,若該題項於第三回合問卷結果之標準差小於或等於第二回合問卷結果之標準差,則表是該題項專家群意見已達成共識(Greenet, 1999),即表示此研究之修正式德菲法小組成員意見已達一致性,若意見趨同的題項超過全部題項的二分之一時,即表示修正式德菲法小組成員之意見已達一致,可停止問卷調查,接著進行各課題之重要性評定工作(傅文成,2006)。

本研究依據過去學者進行修正式德菲法研究的統計標準進行收斂,該題項「四分位差」小於0.5(不含)或「意見分佈百分比」80%(含)以上的題項,即視為意見已達一致,專家意見同意度落在重要、很重要、非常重要的題項達到此標準即可視為指標,反之,落於不重要、很不重要、非常不重要的題項達到此標準即予剔除(傅文成,2006;許美瑞,2010;鄭自隆,2011)。

基於上述統計原則,第二回合以後的問卷設計,是將第一回合的問卷調查結果進行整理歸納,另在研究說明函中,即應包括前一回合問卷處理方式、簡單的量化資料說明及問卷填答說明等(吳雅玲,2001)。其次,本研究問卷為參考傅文成(2006)及王隆綱(2015)所使用之格式修改,研究過程將以紙本問卷郵寄或電子郵件為主要調查工具,必要時對學者、專家實施面對面問卷親訪測量,以確保研究過程周延。

换言之,Delphi 法是一種透過學者、專家專業知能、經驗及意見,以凝聚其對特定議題的共識,具有匿名性、多次反覆、回饋、統計等特性,並對專家小組施以一次以上之質與量兼併的回饋性問卷,讓專家可以充分思考與回答問題,同時對自己原有的意見或主張重新評估和修正。所以,Delphi 技術不僅適用於較具爭議性的議題,也逐漸被運用在教育及社會科學的研究,尤其廣泛的運用在教育

計畫、課程設計,趨勢預測等研究。

由於本研究所討論的問題包括專業報紙的領域、閱聽眾的資訊尋求,及新聞工作方面的專家知識,必須整合專家學者、軍事媒體記者、實際從事青年日報改版作業之業務主管以及一般閱聽眾等各方面之意見,但如要集合這一些群人參與三次以上之研究,實有困難之處,且因所研究的方向主要為青年日報改版後報版編版與設計的整體策略與閱聽眾尋求資訊的滿意程度與效果,因此在研究中參加的小組成員需涵蓋不同背景與經驗的專家學者、軍事媒體記者、實際從事青年日報改版作業之業務主管以及一般閱聽眾;考量一方面不同領域的成員可能會有焦點不易集中的問題,另一方面,受限於研究經費及時間,以座談會的研究方式難以舉行,基於以上原因,故本研究以修正式德菲法為研究方法至為可行,冀望透過修正式德菲法的研究,建構青年日報報版改版效果表現指標。

另為了避免施測較為耗時、不易控制進度以及專家群的意見容易產生矛盾的情形,因此本研究採用修正式德菲法,其量表評分表採用李克特量表(Likert scale),將衡量指標設計為六項尺度(1至6,即非常不重要、很不重要、不重要、重要、很重要、非常重要),並彙整專家意見求出平均數,以了解專家的意見。



National Defense University

第二節 研究施測步驟及流程

本研究除彙整2017年5月「青年日報106年度改版專家滿意度調查報告中」有關專家學者的訪談結果作為參考,同時彙集有關於「國軍文宣策略」、「專業報的定義與類型」、「使用與滿足」、「資訊尋求」、「傳播效能」、「報版版面編排設計與視覺圖像化」等國內外相關學術研究期刊與專書等,予以整理、歸納、分析,作為指標建構之理論基礎,並將第二章所整理之文獻結果,結合近期青年日報改版後報版編版與設計之整體策略與新聞報導所呈現之特性與態樣,將一些主觀非結構化之陳述語句,以語幹(theme)之方式抽出,進而轉變成一種較具體之結構語句,嗣經將語幹加以修飾、合併後,重新歸納成五大類55項指標,作為第一回合問卷的主要構成要素。俟完成第一回合的結構式問卷後,再運用修正式德菲法建立軍報報版改版後效果表現指標,最後藉由深度訪談法除彌補本研究在修正式德菲法量化分析上的不足外,更進一步探悉軍事專業報報版改版策略,研究流程概可分為五個步驟:

一、指標蒐集與處理

本研究問卷區分為兩部分,第一部份根據文獻探討所整理與歸納之理論,並 彙整2017年5月「青年日報106年度改版專家滿意度調查報告中」有關專家學者的 訪談結果(請參見表3-2-1)作為參考,第二部份依據本研究對象「青年日報」軍 事專業報之組織特性觀點切入,篩選出適用於軍報報版改版效果表現指標,經綜 整與合併後,重新分類為「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、 「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面55 項指標;並編製出結 構式問卷第一、二部分之題項(請參見表3-2-2),亦為第一回合整合專家意見之 主要結構,而第三部分則採用開放式問卷,供專家學者針對題旨自由提出其他創 見或評論。

表 3-2-1 青年日報106年度改版專家滿意度調查報告專家學者訪談結果

₹ 3-2-1	月十口和1003	中反以瓜哥多個	N 忌 文	守水子 目 切 改 。	
青年日報改版後學者調查訪談綜整表					
校名	文化大學	文化大學	世新大學	銘傳大學	銘傳大學
系所	新聞學系	新聞學系	新聞學系	傳播學院	新聞學系
職稱	助理教授	助理教授	教授	教授兼院長	教授兼系主 任
姓名	羅彥傑	周慶祥	黃肇松	倪炎元	孔令信
内容充實程度	舊版報紙類	舊 版 紙 張	已改頭換面	內容較過去	新版型視覺
	似綜合性報	大、版面	形容這次的	少了一些,	壓力較小,
	紙,較像是	多、內容充	改版,也肯	但版面規劃	消息(新聞
	上個世紀的	實,新版版	定改版後更	很好,閱讀	量)也減少
	報紙,然新	面少、版面	符合現代人	起來清爽很	了,版型較
	版報紙類似	編排、色彩	的閱讀習	多,印刷與	活潑輕鬆,
	捷運報,版	多樣化,內	慣,但也建	紙張的品質	對軍中同仁
	型較活潑輕	容掌握重	議頭版宜大	較過去都來	的傳播效果
	鬆,新聞報	黑片。	膽處理,要	的好。	與其需求較
	導的品質可		抓 住 眼 球		能滿足。
	凸顯新聞重		(Eye		
	點,圖片則		catching) •		
	更貼近年輕				
	人喜好的閱				
	讀形式。				
標題大	新版內文字	新版改版	標題較易吸	文字以精編	改版後字數

標題大 新版內文字 新版改版 標題較易吸 文字以精編 改版後字數小與字 體較舊版放 後,標題大 引人,字數 精 寫 為 核 介 於數多寡 大許多,適 小適中,標 也看出較過 心,可再簡 3000-3500,

合行動空間 題文字清 去少了。 (捷運上)閱 楚,但建議 讀,字數方 下標能更生 面使讀者閱 動活潑吸引 讀起來更舒 人,標題內 容應更符合 軍事專業新 聞領域,內 容更專業 化、更深 入、更生活 化,太四平 八穩的標 題,過於單 調無法吸引 人。

適。

短,社論部 建議文不用 分在1000多 太多,新聞 字為佳,新 量可再精 聞寫作較過 簡,每篇不 去精煉不 要多於 500 //>。 字為佳。標 題以一行體 (14 字)內為 佳。

新版字體大 字體大小閱 閱讀起來較 字體大小閱 字體 15級字 小閱讀起來 讀起來與舊 過去合適。 讀起來較過 大小閱讀起 內容字 比舊版讓人 版相比適中 去舒適許 來較過去舒 體大小 感覺更舒適宜。 多。 適許多。 適。

字型多 新版報紙字 新版報紙字 用色及字體 目前看來是 硬新聞建議 樣性及 形比舊版更 形及色彩均 呈現方式 足夠的。 以單一色系 色彩豐 多樣性,色 具有豐富 佳。 為主, 軟新 富性 彩更豐富, 性,較能吸 聞可以以多

	一新,但仍				佳,但不要
	建議色彩編				超過三種,
	輯盡量不要				以免看起來
	超過三種,				眼花撩亂。
	以免看起來				
	眼花撩亂。			Alla Control	
	紙媒報紙吸	資訊圖表部	圖的部分,	雖這次沒有	1.資訊圖表
	引人的地方	分可再多元	不要同一個	圖表(4/4),但	的部分,3版
	第一個是圖	化一點,符	人出現太多	鼓勵可多運	與 5 版都做
	片、其次是	合並貼近年	次,若有像	用圖表呈	得活潑,但
	圖表,這一	輕讀者需	東沙或外離	現。	在莒光園地
	方面新版報	求。	島的新聞,		版就比較呆
	紙與舊版相		可提供新聞		版一些,若
資訊圖 表清晰	比,確實有		小貼士或是		能夠活潑的
	所改進,但		小圖片讓讀		將這些宣導
	仍可再多一		者更能進入		資料圖像
程度	點資訊圖		新聞場域。		化,相信更
	表,讓人清		若不是軍事		能提供政戰
	楚明白新聞		機密,甚至		宣導便利
	報導的重點		可提供島嶼		性。另建議
	方向(例如:		鳥瞰圖,呈		可將圖表存
	沿革、大事		現多元性。		為圖庫檔
	紀要等等),				案,未來可

色編輯為

靈活運用。

使讀者耳目 引人閱讀。

畢竟文章文

	字太多閱讀				2.建議可透
	起來較不吸				過數位編輯
	引人。				的概念,做
					簡單的時間
					軸(將部隊介
					紹、沿革、
					大事紀)以圖
					表方式呈
					現,因為文
					太多閱讀起
					來較不吸引
					人。
紙質觸	新版的紙張	新版不論紙	新的紙張材	新的紙張	新的紙張材
感與印	材質及印刷	張材質、印	質好,印刷	好,印刷也	質好,印刷
	品質與舊版	刷套色與舊	套色也好。	好。	套色也好。
刷精良 和度	相比確實精	版相比均有			
程度	良許多。	長足進步。			
	新版報紙因	新版報紙因	1.頭題可以	1.4/4 的報紙	美編若能參
	紙張縮小,	紙張較少、	在活潑一	座談會以新	與越多越
	導致版面也	版面相對縮	些。如我在	聞撰寫方式	好,由美編
報紙版	變小,排版	減,固可善	保護你-來自	是對的,而	說明所需題
面規劃	較固定,不	加利用美編	東沙駐軍的	非原文照	材,以文美
	會讓人看的	方式,由美	聲音。	轉,但是版	可作方式進
	眼花撩亂,	編說明所需	2.軍事焦點	面是否要規	行運作更
	新版報紙版	題材,較果	的報導,編	畫這麼多版	佳。

面也更能凸	更佳。	輯上要勻稱	(4 個版)可再
顯文章重		整齊,活潑	斟酌,建議2
點。		沒關係,但	個版即可,
		要維護報紙	以免壓縮到
		本身的莊嚴	其他新聞,
		性。	專欄社論字
		3.內容要跟	數宜在精
		著目前的大	簡,約1000
		方向走,如	字足矣。編
		蔡總統的新	輯的思維可
		聞,或是大	再做一些調
		多數關注的	整,要以精
		核心。	編精寫的模
		4. 照片 選用	式撰寫。
		要考慮到第	2.頭版的標
		一次看到新	題活潑,看
		聞的人背景	得出編輯的
		知識,如群	用心。
		島的位置	
		圖; 戰機的	
		圖片;性能	

内文走 文方式 舊版報紙採 內文走文, 走文方式橫 走文方式橫 走文方式橫 右翻面,新 依閱讀習慣 書 橫 排 即 書 橫 排 即 書 橫 排 即 版報紙採用 即可,原則 可。 可。 可。

解說等。

左翻面,適 上採直式橫 合英文文章 書編排,直 編排。 式由右至 左,横式由 左至右。

	圖片	援用及	新版圖片選	圖片選用可	圖片與編排	1.頭版可嘗
	編排	作方式較	用合宜,但	多元,不要	較過去進步	試只選用一
	舊版	反活潑生	建議軍方報	只有單純大	許多,可以	張照片作為
	動有	 	紙圖片選用	合照,提供	繼續保持。	新聞主圖。
	較呀	3引人。	要有新聞性	多角度、多		頭版顏色要
圖片	選		亮點,不是	元化的圖		可淡一些,
用及	編		為了美化而	片。		字體可小一
排			貼圖。			點,凸顯主
						2. 8-9 版跨
						頁可以圖為
						主的新聞呈
						現。
	7+ 1/11	→ cer 코트 III	サイ ローチロ ケイ コム			

報導專業深度

新版與舊版 新版報紙改 以軍事為 報導深度部 1.盡量避免相比,在國 版後較能貼 主,要讓文 分,青年日 用長篇幅的際新聞方 近年輕閱讀 字更煉,提 報已展現專 報導,每則面,更活潑 者的喜愛, 升文字的含 業,但是在 新聞以 500多樣化,不 報導深度可 金量,若能 議題選用 字以內為會死板,色 在專業化深 夠提供一些 上,可考量 佳,若要深彩運用及視 入一點,但 國際板或國 並非只使用 入,可用多

覺觀感,對 要能掌握吸 內 重 要 新 特定行程的 篇 方 式 呈 於報導專業 引讀者閱讀 聞,亦可滿 的深度都有 興 趣 的 原 足非軍事的 提升深度, 所助益,也 則,也不宜 讀者需要。 更能吸引閱 艱澀枯燥乏 讀者閱讀。 味。

新聞。若要 現。必以連 續性、系列 可考慮規畫 性的報導如 多版呈現議 軍武、榮民 題方式。 眷屬等

> 2.論壇要開 放投稿,讓 官兵可直接 面對國防 部。

3.社論不要 超過 1500 字 為佳。

軍事報專業

改版前 後軍事 新聞專 業特色 方面扣 聯程度 舊版報紙較 個人曾於民 目前是專業 國 68 到 76 報紙,所以 很好,但編 著重軍事政 連結度很 輯與記者供 治新聞宣 年在青年日 傳,新版報 報服務,很高,但若能稿的部分要 高興看到青 紙在軍事新 聞專業知識 年日報能有 傳遞上藉由 改變及長足 國防設施、 的進步,且 武器等,如 報導。 圖片化讓讀 者更能深刻 此次改版後 此充分的讓 了解與吸 的報紙更多 民眾有國防

收,例如軍 元化,方向 認知,就是

目前規書都 軍事新聞要 與社會關注 息息相關, 進而產生交 讓民眾有更 持續精鍊文 集。如目前 多機會了解 字,讓稿子 的 國 機 國 短又能呈現 造、國艦國 造、或是採 購 F35 等, 讓民眾有對

武大觀部 正確,更具 最好的全民 分,武裝攻 軍事新聞專 國防。 擊直昇機業特色。

MI35的介紹

即是如此。

與目前熱議 訊息產生連 結。高賓(部 長、總長、 各軍司令)行 程,建議以 生動的攝影 與新聞側記 方式呈現, 進而產生接 近性,讓報 導走向讀 者,產生國 軍很親民的 形象。

目前媒體生 建議在往後 建議可邀請 無

態,紙媒部 的編排及內 專家學者座

分已不足以 容深度上更 談會,面對

面探討改版

滿足閱聽人 具知識性、 其他建

後優缺,效 的喜好,更 娛樂性、專

加著重在行 業性,才能 果更佳。

動網路即時 吸引新世代

新聞發布(網 的 年 輕 族

路推播、直 群。

議事項

標題不要太 過官方(文言 文),直接了 當就好。

播)將更能吸

引閱聽眾的

喜愛

資料來源:研究者自行整理青年日報 106 年度改版專家滿意度調查報告

為避免在實施修正式德菲法第一次問卷時,產生不易填答及考量所有專家時間均為有限等情況下,在研究問卷於設計之初,即增加專家答題效率與流暢性。接著以文獻探討為基礎,於第一回合問卷設計時採半結構式設計取向,將開放式填答空間與以Likert 六點量表交互運用。而問卷本體區分為3大部分,其指標內部所屬題項均按清晰、明確原則依序編排。

基此原則,專家在思考各題項意旨之後,可針對該指標內容及領域、學群之重要程度,於6點量表中做出判斷。而所獲得之數據,即為本研究所需之量化資料。此外,專家小組成員針對問卷內提項有任何增減之建議,或回饋寶貴意見,問卷設計之時亦保有餘裕的開放填答空白處,供專家評議,俾利蒐集本研究所需之重要質性資料。

表 3-2-2 青年日報報版改版效果表現指標

◆報版版面標題構面◆

項次	指標名稱	内容叙述
1.	標題文字的吸引程度	標題的文字內容是否能夠吸引讀者閱讀。
2.	標題字體的大小	標題字體大小讓讀者閱讀起來的舒適程度。
3.	標題字型的多樣性	標題字型的呈現是否具有多樣化的特性,能夠有效吸引讀者閱讀。
4.	標題字數多寡	報版版面標題字數的多寡,是否掌握新聞內容核心議題, 易於讀者閱讀。
5.	標題色彩的豐富性	標題套色色彩是否讓人耳目一新,但又不會讓人眼花撩亂。

	標題的知識性	編輯針對新聞標題下標時,是否具知識性、呈現關鍵字,
6.		可吸引讀者注意。
7	主標題與子標題契合	編輯對於報版版面下標的主標題與子標題兩者之間是否
7.	程度	允當。
8.	標題的運用	編輯對於標題的運用會不會讓讀者因為看到新聞標題而
δ.	宗	想要連結到青年日報臉書,兩者之間的流動情形。
◆報版	內容構面 ◆	
項次	指標名稱	内容敘述
9.	新聞報導內容的充實	針對報導內容的充實與豐富程度,是否每日集結國內外新
9.	程度	聞大事,使官兵讀者立即掌握天下事,滿足資訊需求。
10.	新聞報導內容的類型	各版中哪一種類型的新聞報導最易吸引讀者閱讀。
11.	新聞報導內容是否更點近讀者	新聞報導內容是否採讀者取向,有關生活議題強調知識、 實用,並具新聞性,例如:增加官兵退伍的就業資訊。著重 軍武議題,以滿足軍事迷客群。報導偏遠、外島官兵生活 實況,細膩、柔性側寫戰訓辛勞,或提供基層官兵投稿刊
	-	登軍旅點滴的機會,貼近讀者,鼓舞士氣等。
12.	新聞內容字體的大小	内容字體大小讓人閱讀起來更舒適。
13.	新聞內容字型的多樣 性	文章內容字型是否具有多樣性,能夠有效吸引讀者閱讀。
14.	新聞內容字數多寡	新聞報導內容的字數多寡,是否掌握新聞議題核心,易於讀者閱讀。
15.	新聞內容「閱讀流暢」 程度	新聞的內容是否讓讀者在閱讀時,感覺流暢、心領神會。
16.	新聞內容的「客觀性」程度	針對新聞報導的內容,是否讓讀者感覺到客觀。

17.	新聞內容的「正確性」 程度	針對新聞報導的內容,其正確性程度。		
18.	新聞報導的「消息來源可靠性」程度	針對新聞報導內容的消息來源,是否具有一定的可靠性。		
19.	新聞報導題材的廣泛性	新聞報導的題材是否廣泛蒐集,讓讀者能接受。		
20.	新聞報導的專業深度。	有關軍事新聞報導的專業程度是否具有一定的水準與深入的分析,讓讀者深感報導的內容具有深度與專業性。		
21.	新聞報導的知識性程度	軍事新聞報導是否具有一定程度的知識性,讓讀者閱讀起來深感獲益良多,甚至有實質上的助益。		
22.	新聞報導的娛樂性程度	有關休閒娛樂的新聞報導是否具有一定程度的娛樂性,以吸引讀者閱讀。		
23.	「新世紀勁旅」版新聞的專業程度	針對軍事武器報導是否涉略多國軍事發展,報導內容是否 專業且深入剖析。		
24.	「樂在生活」版新聞的	針對休閒娛樂方面的報導其豐富程度是否吸引讀者。		
25.	新聞報導內容明確提 升「青年日報」的品牌 形象	青年日報有關軍事新聞報導的內容對其形象提升程度是否有一定程度的影響。		
26.	新聞資訊圖表的內容	讀者喜愛圖像化思考,資訊圖表的內容是否能吸引讀者閱讀。		
27.	新聞照(圖)片篇幅大小	新聞照(圖)片在報版各版面的比例大小是否合宜。		
28.	新聞照(圖)片數量	照(圖)片數量在報版各版面的比例多寡是否合宜。		
◆報版印	◆報版印刷程度構面◆			
項次	指標名稱	内容敘述		

29.	報紙「紙質觸感」程度	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否讓人感受到舒適。
30.	報版整體「印刷套色」 程度	報紙的紙張材質、印刷套色精美程度是否讓人驚豔。
31.	各版面「色彩豐富性」 程度	報紙紙張各版面套色色彩是否具有豐富性及多樣化,讓人耳目一新。
32.	報紙整體「印刷清晰」 程度	報紙的文字及圖片等印刷清晰度是否讓人感覺清楚、乾 淨。
33.	報紙整體「印刷色彩」 的視覺呈現程度	報紙印刷時,整體的色彩的樣式與呈現方式是否讓人感到舒適。
◆報版月	仮面編排設計構面◆	
項次	指標名稱	内容敘述
34.	報紙「同一版面」的新 聞照片組合程度	報版同一版面中,新聞照片的組合排列是否讓人感覺到舒 適。
35.	報紙新聞照片內容喜好程度	讀者對新聞照片內容的好感程度。
36.	報紙新聞事件的「照片 呈現方式」喜好	讀者對新聞事件中照片呈現方式的喜好程度。
37.	報紙新聞「主標題」的 字型樣式	讀者對報版新聞中「主標題」字型樣式的好感程度。
38.	報紙新聞「主標題」的 走文方式喜好	讀者對報版新聞中「主標題」走文方式是否易於閱讀。
39.	報紙新聞「內文」的走 文方式	讀者對報版新聞「內文」走文方式是否易於閱讀。
40.	報紙使用的標題大小 喜好	讀者對報版使用的標題大小是否合宜。

41.	報紙「同一版面」的標 題字型樣式喜好	讀者對報版「同一版面」標題字型樣式的好感程度。
42.	報紙標題的字數喜好程度	讀者對報版標題字數多寡的好感程度。
43.	報紙「版面」色彩呈現 喜好	讀者對報紙「版面」色彩呈現的好感程度是否讓人眼睛為 之一亮。
44.	認為報紙的哪些「美術編輯」手法,可以增加 閱讀的動感及變化性	報紙適時地運用美術編輯的方法,是否可以增加閱聽眾閱讀的興趣或吸引力。
45.	對報紙新聞所搭配的圖片圖表喜好種類	讀者對新聞內容與所搭配的圖片或圖表的好感程度。
46.	對報紙「報頭」資訊呈 現的喜好程度	讀者對報紙「報頭」資訊呈現的的好感程度。
47.	報版版面圖文編排	版面圖片與文字的編排是否更易於讀者閱讀。
48.	資訊圖表的美編與清 晰程度	美編應具備發想活潑化,加強資訊圖表設計能力,並加強 其清晰程度。

◆軍種報夾報效益構面◆

項次	指標名稱	内容敘述
49.	軍種報併隨青年日報 夾報的感覺程度	將軍種報併隨青年日報一併夾報的做法是否認同。
50.	軍種報標題文字的吸引程度	報紙標題的文字與內容是否能夠吸引讀者閱讀。
51.	軍種報報紙「版面」色	讀者對報紙「版面」色彩印刷呈現的好感程度,是否讓人
	彩印刷的呈現程度	眼睛為之一亮。

52	軍種報報版內圖片的	同一版面中,圖片的組合與編排是否能讓讀者接受、產生
52.	編排程度	好感。
53.	軍種報報紙內容新聞	報紙內文字的寫作方式是否讓讀者易於閱讀。
33.	寫作方式程度	拟纵的文子的特计刀式定位战碍自勿於阅读。
51	軍種報新聞報導內容	新聞報導的內容是否讓讀者感覺到充實與豐富。
54.	的充實程度	利用拟等切的合定位議員有感見到儿員兴豆苗。
<i></i>	軍種報新聞選擇來源	報紙內新聞報導的內容選擇是否讓閱讀者感到具有可靠
55.	的程度	性、專業性或吸引力。

資料來源:本研究整理

本問係卷參照傅文成(2006)的六點式李克特量表(6-Point Likert scale),答案區分6個同意度等級,同意程度從右至左遞增,其中「1」代表非常不重要;「2」代表很不重要;「3」代表不重要;「4」代表重要;「5」代表很重要;「6」代表非常重要,藉此形成第一階段之半結構式問卷,數值越大,代表該題項適切性越高,學者、專家可就其看法在適當的指標內加以勾選,後續針對專家進行德菲訪問之後,在依照專家群之意見,逐步修正各指標之定義與分類,直至獲得一致且穩定之共識。另問卷於專家學者填答後,經由每一題項的次數分配及百分比之統計方式,即可清楚表達該題項的重要程度。換言之,當統計數據的平均數愈高,代表專家主觀上對該指標之認同程度較高,反之亦然。

二、建立修正式德菲法測量工具

修正式德菲法主要以統計方式呈現專家的意見並達到一致性而取得共識 (Green et al., 1999),其共識的取得透過前面提到在問卷量化的描述性分析中, 我們將以次數分配百分比、重要性排序值之平均數、比較意見穩定性與剔除意見 峰值之標準差、意見離散情形之四分位差等四個統計數據來檢驗專家學者填答的 意見是否達成共識,以下茲就傅文成(2006)所提出的四個面向說明本研究如何 檢定整理問卷的共識程度以及問卷收斂的完成標準。

(一)個別題項共識程度檢定:

關於題項的意見共識程度,通常以「標準差」及「四分位差」來檢定。修正式德菲法的專家「一致性」程度大多是來自觀察專家群體對於每一問項分佈的「標準差」(Stander deviation)及「四分位差」來檢定。

1.標準差:

用以分析修正式德菲法小組成員對於某一提項選答之集中與離散情形,另此數值在做一致性判斷時亦可使用,藉以比較前後問卷之差異。例如,團體中間50%的意見的全距的一半,若標準差小於或等於上一回合的標準差,則可視為專家意見達到穩定,代表專家群間的意見越趨向集中。反之,若標準差大於母群體平均數,則表示意見尚未達成一致共識,代表全體專家意見是極度分散的(Murry&Hammons,1995)。

2.四分位差:

所謂四分位差是指第三分位數(Third quartile)與第四分位數(First quartile)差值之半(謝智謀、林維君譯,2000),可以反映了數列中間50%數據的離散程度。在德菲研究中四分位差的值愈小,代表變異程度愈小,即代表共識的程度愈高。一般而言,大部分從事修正式德菲法研究的研究者,許美瑞(2010)與林倫豪、徐昊杲(2012)以及王隆綱(2015)等人均建議採用Fahety,Holden & Wedman的標準,也就是四分位差的數值小於或等於0.6,則代表專家群體意見達成高度共識;數值在0.6 到1 之間,代表專家小組的意見達成中度共識;數值大於1 則代表專家群體對該題項未達成共識(楊宜真,1999;傅文成,2006;王隆綱,2015)。吳雅玲、謝臥龍與方德隆(2001)認為,若該題項於第三回合問卷結果的標準差小於或等於第二回合問卷結果的標準差,則可稱專家對該題之意見已達成共識;傅文成(2006)則認為標準差小於或是等於平均值,則可視為專家意見高度一致。

本研究作為青年日報報版改版效果的指標與經營策略的參考,為求慎重,決

定採用更謹慎的聚斂方式,以「標準差小於平均值」且「四分位差小於0.5」作為專家意見已達一致之標準。俟第三回合問卷完成後,依據Murry & Hammons(1995)以前、後回合問卷標準差判斷專家意見是否趨於「穩定」之標準,續以Rice(2007)所提出之統計概念,以平均數加、減1個標準差計算出專家意見常態分配的峰值並予以剔除,復以四分位差檢定,以避免少數專家意見影響多數專家的決策結果。

(二)個別題項意見趨向檢定:

在德菲小組成員意見趨向項方面,各題項之同意程度量表內均有1、2、3、4、5、6等6個數值,分別代表「非常不重要」、「很不重要」、「不重要」、「重要」、「很重要」、「非常重要」,指的是專家對於1到6不同程度所呈現的同意趨向;6個數值中獲得最多專家認同之數值,即代表德菲小組對該題項敘述內容之同意趨向。

依據Murry & Hommons (1995)的定義,本研究以次數分配百分比進行檢定,該題項意見的同意程度在75%以上可視為一致。同上,為求嚴謹本研究「意見分佈百分比」以80%(含)以上的題項,即視為意見已達一致,專家意見同意度落在重要、很重要、非常重要的題項達到此標準即可視為指標,反之,落於不重要、很不重要、非常不重要的題項達到此標準即予剔除。

(三) 整題問卷一致程度檢定:

整體問卷的一致性檢定是指德菲小組成員對所有題項之一致性同意的程度,也就是說當整體問卷中取得專家共識的題項數與意見分佈趨於穩定的題項數達到全部題項比例百分之幾,即可結束後續調查,但不同的研究則對於整體問卷的一致性有不同的標準,Mead(1992)認為專家意見在80%以上的題項達到一致,可終止反覆詢答;Payne 等人(1976)認為需達到 55%以上的題項,方可結束問卷;傅文成(2006)認為當80%以上的題項達到專家意見一致,則視為達到共識,且在專家小組中產生一致性也才可稱為對整體問卷產生一致性的共識,即可完成本次問卷。本研究採用較高標準的檢定方式,當德菲小組專家意見一致的題項達到整

體問卷中85%以上的提項始可結束後續調查。

(四)個別題項穩定程度檢定:

在德菲研究過程中,個別專家意見經過反覆詢答之後,原本不同的意見可能會趨向多數意見聚合,若發現整體問卷中,專家對某一特定題項皆未達成共識,則需針對未達共識程度之題項進行檢定,以確認專家對該題項意見分佈在前、後二回問卷中是否達到穩定(傅文成,2006)。依據Murry & Hommons(1995)提出的標準,認為當標準差小於平均數,且該回合的標準差小於或等於上一回合的標準差,則可視為專家意見達到穩定。一般來說,專家對某題項在前後問卷的意見更改人數在百分之二十以下,則表示專家意見已呈穩定狀態(Murry & Hommons,1995)。

三、選取專家小組成員

修正式德菲法係以專家學者意見為重要資訊來源(Hudson, 1988),因此選擇專家學者小組的名單成為修正式德菲法最重要的步驟,可說是決定修正式德菲法研究的最終結果。因此小組成員的遴選占相當重要的成因,本研究所進行的回饋性問卷調查,由於是針對受議主題探討,所以應有各種不同背景、領域、經驗的人士參與,而在修正式德菲法的技術中,學者、專家界定與選擇的適當與否,攸關整個研究的良窳,可謂整個研究的重心所在(傅文成,2006)。

學者、專家部分,修正式德菲法所邀請之專家群的「專業能力」判斷標準如下: (Hill & Fowles, 1975,轉引Murry & Hammons, 1995):

- (一)在該議題上是否比大多數人有更多的知識?
- (二) 具有相關工作經驗或為相關專業組織成員?
- (三) 具有前瞻想法及分析能力的專業人士。
- (四)對研究支持且重視,有意願參與受訪。
- (五)於研究調查期間能完成回答問卷工作。

基此,本研究在建立專家學者名單上採取三項指標:專家學者參與的意願、專業能力以及多樣化的代表性。另為了使德菲小組成員更具代表性,本研究擬從產界、官界、學界與一般閱聽眾方面著手,本段將概略介紹參與本研究修正式德菲法小組之成員,並側重其專業背景與實務經驗之說明,以增加本研究的信度。

在業界方面,考量本研究係探討「軍事專業報紙改版後的效果表現」,故以當前最常接觸與發佈軍事新聞的記者為首選,即蘋果日報記者王烱華、中國時報記者呂昭隆、聯合晚報採訪組副主任高凌雲、聯合報記者程嘉文、自由時報記者羅添斌等5人。其中蘋果日報的王烱華任記者已有十餘年資歷,實務經驗豐富,瞭解國軍軍隊體制與事務,對國軍新聞議題感知相當敏銳,係該報主要採訪軍事新聞之記者,每月均有固定的軍事新聞產量,故為本研究修正式德菲法業界之專家首選;聯合晚報採訪組副主任高凌雲,採訪政治新聞20年,採訪過台北市政府、立法院、外交、軍事等,在擔任軍事記者亦有相當深厚的資歷,對於當前媒體環境相當熟悉,中國時報記者呂昭隆、聯合報記者程嘉文、自由時報記者羅添斌等三人目前均負責該報內軍事新聞發布的記者,具軍事新聞專業素養,故本研究選擇其為業界專家之代表;蘋果日報、中國時報、聯合報、聯合晚報、自由時報為國內當前主要發行之紙媒報紙並都有朝數位化發展趨勢,且這五人對於何種議題較易受到當前媒體記者關注亦有相當程度之瞭解,係為本研究選其為修正式德菲法業界專家代表之主因。

在官方方面,本研究以實際從事青年日報報版改版經營策略且對於軍事新聞工作有豐富經驗之軍官為主要遴選對象,即青年日報社長孫立方、青年日報副社長兼總編輯方正、青年日報副總編輯楊宏康、青年日報數位組組長王勇智、青年日報採訪組組長黃一翔等5位。其中孫立方社長於青年日報擔任軍事記者亦有相當深厚的資歷,對於當前媒體環境相當熟悉,且本研究以青年日報報版改版為主,因此對於軍事專業報紙之重要性認知亦可作為本研究指標之參考,其餘方正上校、楊宏康上校、王勇智中校、黃一翔中校等四人均長期在軍事新聞通訊社或青

年日報工作,擁有豐富軍事新聞工作資歷,故遴選其為修正式德菲法官界代表之 主因。

在學界方面,由於軍事專業報紙的改版與新聞傳播有密切相關性,故本研究 以具有軍事背景,或從事國際傳播研究領域、軍事新聞傳播研究領域,有相關專 長之學者為主要遴選對象,即中華日報社長黃肇松教授、銘傳大學傳播學院院長 暨傳播管理學系主任倪炎元教授、康寧大學閻亢宗副教授、世新大學新聞學系周 慶祥專仟助理教授、世新大學新聞學系羅彥傑專仟助理教授(因個人公務繁忙, 故僅實施第一回合問卷,第二回合起問卷改由銘傳大學廣播電視學系主任杜聖聰 專任助理教授實施)等5位。其中黃肇松教授為國立政治大學新聞研究所碩士、紐 約大學國際關係學系碩士,曾任中國時報總編輯及駐美記者、駐紐約特派員,現 任世新大學新聞系客座教授;倪炎元教授為國立政治大學新聞所碩士及政治學博 士,曾任中國時報總主筆,現致力於政治學、政治與企業公關、議題行銷、危機 公關等研究領域,對於官方新聞發佈、議題管理方面等均有獨特見解;閻亢宗副 教授為政治作戰學校新聞系畢業,政治作戰學校政治研究所碩士、國立政治大學 政治學博士,服役時曾任職於青年日報,具有軍事新聞實務經驗,現致力國際關 係、亞太區域政治與安全等研究;周慶祥助理教授曾任聯合報記者,現任文化大 學新聞系專任助理教授;羅彥傑助理教授曾任自由時報記者、蘋果日報副總編輯, 現任文化大學新聞系專任助理教授;杜聖聰專任助理教授為臺灣師範大學政治學 博士,曾任玄奘大學廣播與電視新聞學系主任、玄奘大學圖書資訊學系主任、玄 奘大學研發室主任、輔仁大學大眾傳播學系兼任助理教授、公共電視董監事審查 委員、中天電視台新聞倫理委員會委員、壹電視新聞倫理委員會委員、中央廣播 電台新聞部採訪主任、新新聞董事長特助兼行銷企劃部經理、勁報暨中天電視台 兩岸中心召集人等,現任銘傳大學廣播電視學系主任,研究領域為廣播電視新聞、 影像製作虛擬攝影棚、新媒體與數位傳播,且對於媒體數位化經營部分具有實務 經驗,故本研究以上述5位學者為修正式德菲法學界代表。

在一般閱聽眾方面,考量青年日報主要閱讀對象為國軍官兵,在衡量「軍種平衡」、「軍階比例」原則之下,遴選陸、海、空,官、士、兵共計5員擔任代表,即國防部軍事新聞通訊社政綜組組長羅國禎中校、空軍司令部文宣心戰組政參官何暉宗中校、國防部心理作戰大隊美工士姜至修上士、海軍陸戰隊66旅步3營8連陳臣亭陸戰中士、陸軍53工兵群戰鬥工兵祈欣儀上兵,其中羅國禎中校為國防大學政戰學院新聞學系畢業,曾任空軍司令部文宣心戰組政戰官對於軍種報刊編輯有深刻認知,現任軍聞社政綜組組長;何暉宗中校為國防大學政戰學院新聞學系畢業,亦任職空軍司令部文宣心戰組政參官對於軍種報刊編輯認知頗深,上述兩人均曾擔任部隊政戰幹部,實際運用青年日報執行宣教工作,可針對青年日報改版前後差異提出個人見解;另姜至修上士現任職國防部心戰大隊,具有美術編輯專長,對於報版美編設計亦可提供個人見解;陳臣亭中士以及祈欣儀上兵分別任職海軍陸戰隊66旅步3營8連與陸軍53工兵群,兩人均為青年日報主要閱聽眾,可針對青年日報改版前後,提供個人看法,故本研究將其納入修正式德菲法一般閱聽眾之代表。

以上修正式德菲法小組成員專業背景詳請參見表3-2-3(姓名排序軍方按階級 高低,其餘專家按筆畫多寡排列)。



National Defense University

表 3-2-3 修正式德菲法小組成員專業背景簡介

專業區分	姓名	專業背景與實務經驗
	I militar	從事記者工作十餘年,實務經驗豐富,對軍事議題感
	王烱華	知敏銳,現任蘋果日報軍事記者。
	ᆸᆸᅿᄼ	從事記者工作十餘年,實務經驗豐富,曾任中國時報
	呂昭隆	採訪中心政治組主任,現任中國時報軍事記者
業界(產)	高凌雲	聯合晚報採訪組副主任
	和喜分	從事記者工作十餘年,實務經驗豐富,現任聯合報軍
	程嘉文	事記者
	宏学	從事記者工作十餘年,實務經驗豐富,現任自由時報
	羅添斌	軍事記者
	11/1	擔任軍事記者實務經歷豐富,曾擔任政經線記者、新
	孫立方	聞官、青年日報採訪主任、青年日報副總編輯,青年
		日報總編輯。現任青年日報社長
軍方(官)	楊宏康	曾任軍聞社採訪中心主任,現任青年日報副社長兼總
事 刀(日)		編輯
		曾任青年日報採訪組組長,現任青年日報副總編輯
	王勇智	曾任青年日報副總編輯,現任青年日報數位組組長
	黄一翔	曾任青年日報數位組組長,現任青年日報採訪組組長
N		曾任玄奘大學廣電系、圖書資訊學系、研發室主任、
14		輔仁大學大傳系兼任助理教授、公共電視董監事審查
學界(學)	杜聖聰	委員、中天電視台及壹電視新聞倫理委員會委員、中
子介(子)	14. 主. 坭	央廣播電台新聞部採訪主任、新新聞董事長特助兼行
		銷企劃部經理、勁報暨中天電視台兩岸中心召集人
		等,現任銘傳大學廣播電視學系主任

	倪炎元	前中國時報總主筆,現任銘傳大學傳播學院院長
	周慶祥	前聯合報記者,現任文化大學新聞系專任助理教授
	黄肇松	前中國時報總編輯及駐美記者、駐紐約特派員,現任
		世新大學新聞系客座教授
	閻亢宗	曾任青年日報副總編輯,現任康寧大學副教授
	羅彥傑	前自由時報記者、蘋果日報副總編輯,現任文化大學
		新聞系專任助理教授
一般閱聽眾	羅國禎	曾任空軍司令部文宣組政戰官,現任軍聞社政綜組長
	何暉宗	曾任空軍司令部文宣組政戰官,現任空軍司令部文宣
		組政參官
	姜至修	具有美術編輯專長,現任國防部心戰大隊美工士上士
	陳臣亭	海軍陸戰隊 66 旅步 3 營 8 連陸戰中士
	祈欣儀	陸軍 53 工兵群戰鬥工兵上兵

資料來源:本研究整理

四、問券調查之流程

典型德菲法研究之第一回合問卷,通常採用開放式的問題,隨後再將學者、專家意見編制成結構式問卷,並加以統歸納整理形成結構式次卷,再將第一回合結果增補於第二回合問卷上,經過數回合的問卷流向,符合德菲法「收斂」專家意見之要求(Murry & Hammons, 1995),本研究第一回合以結構性的問卷,請德菲小組的成員評估每個議題指標,以李克特量表(Likert Scale)評量議題的重要性,在此過程中,學者、專家可以針對問卷提項與內容提出個人的見解與看法。

本研究參酌過去使用修正式德菲法的相關文獻後,考量修正式德菲法需透過 統計方式反覆聚斂學者及專家意見以達到決策指標的一致性,故決定於採用本章 第一、二節所提列之「次數分配百分比」、「平均數」、「標準差」、「四分位 差」等統計測量標準進行各指標題項的檢驗,並於第一回合修正式德菲法問卷結束後,將問卷第二部分(開放式問卷),針對各題項的統計數據以及專家提出之新增、修訂、合併等意見,臚列於次一回合問卷中,如此不斷循環,完成至少三回合的問卷調查,最多不超過四回合。

茲詳述施測方法如次:

- (一)本研究於每一回合問卷中,均區分為兩部分,第一部分為「結構式問卷」, 第二部分為「開放式問卷」。另為迅速集中專家群對本研究之探討焦點及 節省專家成員與研究者雙方之時間(Murry & Hammons, 1995),廣蒐國內 外有關「國軍文宣策略」、「專業報的定義與類型」、「使用與滿足」、 「資訊尋求」、「傳播效能」、「報版版面編排設計與視覺圖像化」等文 獻資料,從中整理、歸納出與本研究相關之論述,以作為指標建構之理論 基礎,並將第二章所整理之文獻結果,結合近期青年日報改版後各項經營 策略與新聞報導所呈現之特性與態樣,作為第一回合問卷的指標題項,即 結構式問卷部分。另為避免失去修正式德菲法「整合專家意見」之精神, 在第二部分增列開放式意見欄,由修正式德菲法小組成員就其專業領域內 或實際從事新聞實務工作期間的看法,自由提出專業意見,或針對原本的 題項提出改進建議或增補其意見,並列入下一回合討論之問項或修正。
- (二)於修正式德菲法問卷最終回合結束後,將針對無法匯聚之題項與學者、專家進行深度訪談,深入探討未能尋求共識與一致性之原因,並廣納學者、專家之意見,請其針對軍事專業報紙改版效果或未來經營策略提出見解,以作為本研究結論之參考。
- (三)為求謹慎,本研究於開始前均由研究者透過電話親電或親訪等方式邀請各學者、專家參與本研究,徵得其同意。每一回合問卷視實際情況當面交付或以郵件寄送等方式後再行電話確認以節省往返時間,另研究調查中適時的與受訪學者、專家連繫與提醒,以增加問卷回收率,凡當面交付之問卷

者,均附上回郵信封,以利專家填答完畢後寄回,或由研究者親往收執。

五、資料整理與統計分析

本研究共以三回合問卷蒐集統計20位受訪學者、專家之意見,在修正式德菲法問卷施測過程中,20位學者、專家均完成填答,第一回合問卷於2017年9月26日至9月29日,以紙本郵寄方式分別寄出,問卷發出時均以電話連絡修正式德菲法小組成員。第一回合問卷於2017年10月2日至12月8日陸續收回,收回方式均以紙本回覆,所發出之問卷全數收回。第二回合問卷於2017年12月25日至12月29日,以電子郵件或紙本郵寄方式分別寄出,並於發出後及回收前以電話連絡專家學者小組成員,以增加問卷回收率。本次問卷於2018年1月2日至1月19日陸續收回,收回方式均以電子郵件或紙本回覆,所發出之問卷亦全數收回,第三回合問卷於2018年1月24日至1月26日,以電子郵件或紙本郵寄方式分別寄出,並於發出後及回收前以電話連絡專家學者小組成員,以增加問卷回收率。本次問卷於2018年1月29日至3月5日陸續收回,收回方式均以電子郵件或紙本回覆,所發出之問卷亦全數收回,三回合問卷回收率達百分之百,已達修正式德菲法信度所需之樣本數。本研究第一回合問卷是以結構式問卷廣蒐學者、專家意見,第二、三回合問卷則是採用半結構式問卷方式實施,並以統計方法歸納、整理、分析專家意見。茲簡略陳號如下:

(一)量化資料:

本研究採用 SPSS for Windows 12.0 電腦統計軟體,將對每一回合問卷之後的 資料進行分析,換句話說,即是在取得德菲小組成員對每一題項回答資料後,以 描述性統計方法檢定學者、專家之意見趨向與共識程度,茲就本研究運用的描述 性統計值說明如次:

1.次數分配之百分比:

用以分析小組成員,對某一題項選擇的比例,代表上一回合選擇每個選項的

人數比例,比例越高,代表選擇該選項的人越多。

2.平均數:

用以分析小組成員對於某一課題重要性高低之集中情形,同時可做為各不同課題間重要性排序之依據,代表所有人評分加總後,對該題項意見的平均分數。

3.標準差:

用以分析小組成員對於某一課題選答之集中與離散情形;另此數值亦用作於一致性判斷時,比較前後問卷之差異,代表意見和平均數離散的差距,數字愈小,代表大家的意見愈趨向平均數,並可透過與平均數之計算公式,來作為問卷後期剔除峰值意見之參考。

4.四分位差:

可以反映了數列中間50%數據的離散程度,代表所有人意見的變異程度,數值 越小代表大家意見的共識程度越高。

本研究量化資料於問卷施測過程中,僅對德菲小組成員所填答的結果進行描述性統計分析、詮釋,但不做其他評論與推斷。

(二)質性資料:

本研究於每回合問卷第二部份增列「專家意見欄」,提供德菲小組成員可就各 自專業領域的看法自由提供專業意見,另各專家質性增補意見資料,將增列至下 一回合問卷中,陳述回饋供全體德菲小組成員參考,此外,質性資料亦將在問卷 結束後將相關資料作為進一步深度訪談的依據。

六、深度訪談(In-depth Interview)

「深度訪談法」(interviewing)又稱「質化訪談法」,是指研究者透過訪談的方式去發現影響研究主題的原因,或是解釋研究對象的一些因素,它是屬於自然研究方法的一種(傅文成,2006),也是質化研究中最常用來蒐集資料的方法。事實上,訪談過程視為交談事件,強調訪問者與受訪者雙方共同進行意義建構的

過程,因此,研究者為了瞭解受訪者內心深處的個人見解,包含其獨自的情感與動力,可透過深度訪談的方式與受訪者發展一種熟悉的關係,使受訪者在不經意的情況下,表達出對事件細節的看法及更深層次的訊息(陳國明、彭文正、葉銀嬌與安然,2010)。

訪談即是一種有目的的談話(轉引自何慧卿; Marshall & Rossman, 1995; Bodgan & Biklen, 1982)。由於深度訪談法,透過與受訪者面對面互動與溝通,並藉由談話的過程來瞭解某些人在某些事、行動上的態度和判斷過程的一種方法,可使研究者進一步掌握受訪者對特定議題的想法。Fontana & Freg (1994) 認為, 訪談是一種互動的過程,同時訪談是一種工具,也是目的。所以訪談並不是將在訪談之前就已經存在的客觀事實挖掘出來,而是不斷在互動過程中創造新的意義(引自畢恆達,1996),故訪談的重點在於其訪談內容的深度與廣度,而不在於訪問對象的多寡。

考量深度訪談的過程較為耗時,因此為求能得到受訪者最合於真實、自然的答案,在正式進入訪談主題之前訪談者必須要先與受訪者建立彼此間的信任感,並且盡可能在舒適的環境下(如受訪者的家中、舒適的咖啡廳等)進行訪談,另在長時間的訪談過程中,也要適時的給予鼓勵與回應,若當受訪者已不再提供任何有助於瞭解研究主題的新觀念時,就應停止深度訪談(范麗娟,1994)。

事實上, Bainbridge 指出深度訪談有以下幾項優點(轉引自范麗娟, 1994;文 崇一, 1989):

- (一)訪問者可因受訪者的經驗與知識程度或瞭解程度,提出更深層的新問題,使 研究者可以做進一步的探索。
- (二)任何的問卷都無法窮究所有研究相關的議題 ,因此,深度訪談的研究者通常只專注於一個論題,並透過面對面的交談,使受訪者回答更多問題,較能針對此論題得到全方位且深入的瞭解。特別是關於複雜和抽象的問題。
- (三) 訪員可以從受訪者的行動、表情或語言上,觀察或察覺出對方的動機與態

度以及可以看出恐懼、歡愉等角為複雜的情緒反應。有較多的機會評價所 得的資料或答案的效度或信度。

- (四)訪問的彈性相當大,在深度訪談中最常採用的開放式開卷,可問得較多的 資訊,對於某些特殊事件或案例可以用特殊的方法說明,詮釋空間大;訪 員與受訪者均可以某種方式加強其意義或功用。
- (五)訪問可以讓受訪人自由發表意見,又可以在某種程度內控制方向。基本上, 質化研究可補足量化研究無法測量受試者思維過程,或較為細膩的心理變 化等缺點。

由以上可知,深度訪談經整理有以下幾個特點(Wimmer et al., 1991;引自李天任、藍莘譯, 1995):樣本數較小、提供特殊回答的詳細資料(受訪者意見、價值、動力、回憶、表情、感覺等)、可對受訪者的非語言反應進行較長時間的觀察、訪問時間較長、可根據不同受訪者再提出問題、受到訪問環境影響甚大。然而,深入訪談法最大的優點乃是提供了豐富而詳盡的資料,並使得受訪者願意配合提出對於敏感性問題的精確回答。

綜上,為了彌補本研究在修正式德菲法量化分析上的不足,透過深度訪談的 方式,將有助於解釋在問卷中無法匯聚之題項的深層因素,並瞭解學者、專家們 對於已完成聚斂的指標有何建議與想法,同時期藉由深度訪談,回答本研究的第 二個研究問題,即青年日報改版後,其紙本經營策略在軍事新聞方面的知識性與 專業程度,比改版前更能吸引讀者的閱讀興趣,進而獲得資訊尋求的滿足,以進 一步探討青年日報改版後未來經營的策略。

常用的深度訪談方式主要有三種,分別為「結構式訪談」(Structured interview)、「非結構式訪談」(Unstructured interview)及「半結構式訪談」(Semi-structured interview)。

(一)「結構性訪問」(Structured intreview):

所謂「結構式訪談」又稱為「標準化訪問」,係指研究者在訪談前,事先設

計好一份標準化的問卷提問,過程中完全採一問一答的方式進行,訪問者需依循問題順序進行訪問,不能自行做任何更動。通常研究者在這一類型的訪談時,必須先參考與研究主題相關的文獻資料,從中瞭解訪談範疇,並設計成問卷作為導引,以確保每個受訪者都能夠被問到相同的問題。

(二)「非結構式訪談」(Unstructured interview):

「非結構性訪問」在進行時,研究者事先不需擬定既定標準化的問卷內容, 而是由訪問者依照研究目的,針對研究題目做廣泛性的自由作答,再研究者依其 回答的內容決定後續追問的問題與之互動。

(三)「半結構式訪談」(Semi-structured interview):

「半結構性訪問」係為前二者之折衷,進行的方式通常是研究者先擬出問題大綱,提供受訪問者做為發問的依據,不需依照問題順序來訪問,現場可依受訪者的回答隨時調整、延伸問題。可說是兼具結構性與非結構性訪問的特性,訪員可以控制問答的方向確保訪談品質、縮短訪談耗費的時間,但仍可為研究者帶來受訪個體之於研究問題深入而詳盡(陳國明等人,2010;傅文成,2006)。

本研究係根據已完成的修正式德非法問卷內容進行深度訪談,並嘗試進一步瞭解軍事專業報紙編版的整體策略,由於已有相關的參考資料可做為訪談大綱,因此決定採用「半結構式訪談」,使其能兼具結構式與非結構式訪談的優點,並大幅縮短訪談的時間,經過濾本研究之專家群,並詢問其意願之後,邀請完整參與本研究各回合問卷之專家進行深度訪談,合計王烱華先生、孫立方社長、杜聖聰老師等三位,分別進行30分鐘至1個小時不等之訪談,並將訪談內容整理成逐字稿分析之。

茲臚列訪談大綱如次:

一、<u>請問依您的專業及經驗</u>,於當前報業發展中,哪些是報紙改版後須注意或改 進的事項(例如:改版前後軍事新聞報導的專業深度或是在軍事新聞專業特色 方面扣聯程度,亦或是在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容的呈現上)

- 且哪些國軍新聞報導可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有疏 漏之處可提供專業見解(例如:如何有效的運用數位發展,探索拓展議題獲得 閱聽眾的滿意或是青年日報報紙改版後在未來整體經營策略上,最大的困境為 何,是否能提供進一步的建議)?
- 二、<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,<u>我們發現到在「報版版面標題」構面上</u>,<u>某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標</u>,<u>請問依您的專業及經驗</u>,對於這些題項的見解如何?(例如:「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等這兩個題項上)
- 三、<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,我們發現到在「報版內容」構面上,某些題項 其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項 的見解如何?(例如:「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更 貼近讀者」、「新聞內容字型的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內 容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程 度」、「『樂在生活』版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年 日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項上)
- 四、<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,<u>我們發現到在「報版印刷程度」構面上</u>,<u>某些</u> 題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些 題項的見解如何?(例如:「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清 晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等這三個題項上)
- 五、<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,我們發現到在「報版版面編排設計」構面上, 某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於 這些題項的見解如何?(例如:「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報 紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、 「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的喜好程度」、「資 訊圖表的美編與清晰程度」等這六個題項上)

六、<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,<u>我們發現到在「軍種報夾報效益」構面上</u>,<u>某</u> 些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,<u>請問依您的專業及經驗</u>,對於這 些題項的見解如何?(例如:「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、 「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等這三 個題項上)

訪談時間預設為1個小時,徵得受訪者同意後,將進行訪談錄音,受訪者的非 語言回饋則以現場紙本記錄為主,並於訪談結束後整理成逐字稿,以利後續分析。



National Defense University

第四章 資料分析與解釋

根據青年日報社在2017年改版案內所述³,報紙處於當前多元媒體的競爭環境中,除了因受到網路新興媒體的優點與市場環境的發展外,還有受到社會性的政治文化、經濟變動、教育水準、經營管理、地理環境及社會價值的認同取向等客觀因素影響,促使報紙扮演不同的角色與功能。此外,報紙有傳播新聞資訊、傳播知識學識、提供娛樂休閒、增進廣告經濟效益及提供社會服務的功能。從上述兩項觀點可以得知,報紙由外在環境影響,不只受到不同社會範疇的閱聽人喜好選擇,更直接影響報紙自身在競爭媒體環境的廣告經營,成為報社是否永續發展的重要關鍵。

事實上,報紙在臺灣媒體領域中,一直扮演著訊息傳遞的重要角色,然而, 自政府宣佈解除報禁之後,廣播與有線電視、衛星電視便陸續開放,且隨著網際 網路與行動裝置的普及所帶動的電子媒體興起,加上讀者對網路新聞需求增加, 當今主流閱聽眾資訊閱讀模式,轉變為短時間、迅速瀏覽方式,導致傳統報業的 經營已面臨了相當嚴峻的挑戰(洪梧棟,2014)。

基此,「青年日報」為順應潮流、結合社會脈動、適應讀者需求,以及國內外各大報媒及報業印刷機亦朝向數位積極發展之際。於2017年4月1日進行紙本改版,加強軍事新聞專業特色,並保持新聞彈性機動增張調整空間,以期貼近讀者閱讀模式,維持新聞能量,滿足讀者需求,較改版前更聚焦軍聞報導,以及持續提供國防文宣刊登功能,呈現軍事專業報特色。

本研究主要為因應臺灣民眾媒體使用行為的改變,藉由國軍官兵對「青年日報」偏好的版面版型,探討軍報的改版成效,並結合產、官、學界,學有專精專家與一般閱聽眾之意見,針對於目前「青年日報」報版改版後所面臨之現況,從「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、

³ 中華民國國防部青年日報社(2017)。<檢視本報紙本不符合現代閱讀習慣的因素與解決之道>。 台北:青年日報社。

「軍種報夾報效益」等面向上,逐步的提出一套可以當作往後「青年日報」執行報版編版時,所能評估與參考的重要效果指標,以作為「青年日報」在報版改版後之整體編版設計策略與未來改革及規劃方向等參考。研究者所採用之「修正式德菲法」,正是一種群體決策的研究方法,藉由專家、學者的參與,針對特定議題,聚斂集體決策意見,適用於指標建構。俟德菲法問卷結束後,再根據問卷結果進行統計分析,並與專家學者針對未達一致性之問項進行深度訪談,以其解釋未能達成共識之指標,並探討未臻完善解決之問題。

本研究彙整2017年5月「青年日報106年度改版專家滿意度調查報告中」有關專家學者的訪談結果作為參考(請參見表3-2-1),同時彙集有關於「國軍文宣策略」、「專業報的定義與類型」、「使用與滿足」、「資訊尋求」、「傳播效能」、「報版版面編排設計與視覺圖像化」等國內外相關學術研究期刊與專書等,予以整理、歸納、分析,作為指標建構之理論基礎,並將第二章所整理之文獻結果,結合近期青年日報改版後報版編版與設計整體策略與新聞報導所呈現之特性與態樣,並依據「青年日報」軍事專業報之組織特性觀點切入,篩選出適用於軍報報版改版效果表現指標,經綜整與合併後,重新分類並建構「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面55項指標,編製出第一回合結構式問卷之提項(請參見表3-2-2),另邀請15位學者、專家(包括大眾傳播學界學者、實際執行青年日報改版主管、資深媒體記者)與5位一般閱聽眾等,所匯集組成之修正式德菲法專家群,採問卷方式針對問卷題項實施三回合問卷調查,並進行意見整合,以下茲就針對所完成之三回合修正式德菲法問卷結果進行分析與解釋。

第一節 修正式德菲法問卷結果分析

本研究於2017年10月2日至12 月8日完成第一回合問卷回收,回收率100%,經數據統計分析後,參酌過去學者進行修正式德菲法研究的統計標準進行收斂。在描述性統計中,「四分位差」是用來觀察參與修正式德菲法之專家的意見集中程度,並且分析各構面問項之集中等級程度,它可以反映數列中間50%數據的離散程度。此外,在德菲研究中,「四分位差」的數值越小,代表變異程度愈小,中間的數據越集中,也就是共識的程度愈高;相反地,「四分位差」的數值越大,代表變異程度愈大,中間的數據越分散,也就是共識的程度愈低,因此可用於檢定德菲法專家意見的一致性程度。一般而言,大部分從事修正式德菲法研究的研究者,許美瑞(2010)與林倫豪、徐昊杲(2012)以及王隆綱(2015)等人均建議採用Fahety,Holden & Wedman的標準,也就是四分位差的數值小於或等於0.6,則代表專家群體意見達成高度共識;數值在0.6 到1 之間,代表專家小組的意見達成中度共識;數值大於1 則代表專家群體對該題項未達成共識(楊宜真,1999;傅文成,2006;王隆綱,2015)。

而「意見分佈百分比」則代表各專家對每一題項重要程度的認知,依據Murry & Hommons (1995)的定義,該題項意見的同意程度在75%以上可視為一致,本研究作為青年日報報版改版效果的指標與經營策略的參考,為求慎重,決定採用更謹慎的聚斂方式,即該題項「四分位差」小於0.5(不含)或「意見分佈百分比」80%(含)以上的題項,即視為意見已達一致,專家意見同意度落在重要、很重要、非常重要的題項達到此標準即可視為指標,反之,落於不重要、很不重要、非常不重要的題項達到此標準即可視為指標,反之,落於不重要、很不重要、非常不重要的題項達到此標準即予剔除(傅文成,2006;許美瑞,2010;鄭自隆,2011),詳如表4-1-1。俟第三回合問卷完成後,依據Murry & Hammons (1995)以前、後回合問卷標準差判斷專家意見是否趨於「穩定」之標準,續以Rice (2007)所提出之統計概念,以平均數加、減1個標準差計算出專家意見常態分配的峰值並予以剔

除,復以四分位差檢定,以避免少數專家意見影響多數專家的決策結果。

表 4-1-1 修正式德菲法第一回合已達一致與刪除後修改或新增之題項

報版版	面標題構面	F公矛 百百七连 玖兴		
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
2.	標題字體的大小	標題字體大小讓讀者 閱讀起來的舒適程 度。	很重要60% 四分位差0.375	已達
6.	標題的知識性	編輯針對新聞標題下 標時,是否具知識 性、呈現關鍵字,可 吸引讀者注意。	很重要60% 四分位差0	已達
9.	標題使用併量題	標題可使用併疊題, 強化某些標題關鍵 字,避免標題字多變 字很小,或標題字 少,字變大	專家有意見 次回合新增	本題新增
報版內	容構面			
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
2.		各版中哪一種類型的 新聞報導最易吸引讀 者閱讀。	很重要55% 四分位差0.375	已達一致
7.	「閱讀流	新聞的內容是否讓讀者在閱讀時,感覺流暢,心領神會。	很重要55% 四分位差 0 .375	已達一致

項次	指標名稱	內容敘述	過濾條件	判斷
1.	報紙「同一版面」的新聞照片組合程度	報版同一版面中,新 聞照片的組合排列是 否讓人感覺到舒適。	很重要60% 四分位差0.375	已達
2.	報紙新聞照片內容喜好程度	讀者對新聞照片內容的好感程度。	很重要55% 四分位差0.375	已達
16.	頭版版面製作的獨特性	頭版的版面製作要有 獨特性,也就是讀者 是否對這則報導的內容有所共鳴。	專家有意見 次回合新增	本題新增

資料來源:本研究整理

在第一回合修正式德菲法問卷中,產、官、學界以及一般閱聽眾於開放式問卷中提出建議事項,綜整如下表 4-1-2。

表 4-1-2 修正式德菲法第一回合專家學者與一般閱聽眾建議事項綜整

專業領域	編號	姓名	建議事項	備考
			頭版的標題、圖像,會讓閱讀者是否有意願拿	
			起這份報紙最重要的元素,另外,頭版的版面	
軍事新聞	Nai	王烱華	製作更要有獨特性,也就是讀者是否對這則報	
記者			導的內容有所共鳴,如果僅是政令宣導,則會	
(產界)			退縮青報未來發展的前景。	
	2.	羅添斌	一、青報在改版後,無論是版面設計、標題運	
			用以及照片上,都相當靈活,頗有吸睛效	

果,專業度也夠,在軍事新聞、國際軍聞以 及兩岸軍聞的部分,均有可供參考運用的地 方

- 二、建議青報在既有的基礎上,能夠再往上提 升,也就是成為國防政策的權威發言管道, 或是可在青報呈現完整的國防政策內容
- 三、舉例而言,蔡英文總統近日接受中央社專 訪,內容也成為各媒體爭相轉載的重點,青 報若能自己專訪國防部長,就最近新政策或 當前國防議題進行訪問,相信可以提升青報 的地位及可看性

青年日報

一、版面雜誌化編排

方正

(官界)

1.

二、配合影音呈多元視角新聞

相較於舊版的青年日報,新版的青年日報宛如一個全新的產品,不論在字體、編排與標題都

 倪炎元 令人耳目一新,最重要的是,它較以往更貼近 新世代的讀者,圖像明顯增多,標題明快活潑, 算是一份以讀者為考量的報紙了。

專家學者

(學界)

一、專業性軍事專題文章可長,強調專業與知識性

二、改版後紙張變小,文章可再精簡,放些新

- 2. 周慶祥 聞增加新聞豐富度
 - 三、標題可使用併疊題,強化某些標題關鍵字, 避免標題字多變字很小,或標題字少,字變

大

3. 閻亢宗 青年日報被社會大眾定位為軍報,因此,應朝 軍事專業媒體上定位發展

- 羅彥傑 4.
- 一、應將問卷中的「重要」改為「同意」
- 二、建議用李克特五等量表

科技日新月異,廣告媒體「報紙」已漸漸成為 小眾市場所需,在花時間,人力成本下,努力 為軍種報紙改善同時,是否考慮大眾所需是快 速性、即時性、正確性導向,又屬「國軍報紙」 應有效轉型,不可否認這是資訊科技及市場競 爭必然的結果。

- 在青年日報改版後,優點不在此訴說,僅提出 姜至修 1. 兩點建議:
 - 一、版片應盡量保持乾淨舒服為主,每版面雖 時事新聞不同,但風格走向建議一致,無需 過多美編技巧、色彩,導致視覺眼花。
 - 二、小標題注意底部畫面顏色,吃字、閱讀不 意。餘完美。

一般 閱聽眾

> 一、報版版面編排設計構面題號中的9、10、11、 12,說明了對此報紙的圖、版面及文字字數

> > 等敘述,以讀報者的角度認為色彩或娛樂性

2. 陳臣亭

National

的改變不會有太大的影響,主要看的目的是 軍中的真實報導內容與時事,對於軍中的活 動和歷史都會更加感興趣,至於圖片美術編 輯方面對於讀者是滿重要的,因為看圖就能

知道文中大概要呈現的內容,所以選好圖片

更能吸引讀者去看此報導。

二、字數與內容的知識也是主要的,因如果字數太多會讓人看不下去,加上圖片會豐富許多,也會更加有興趣看報紙內容,但如果報紙的內容無真實性及知識等等,也會讓此報紙文章顯得較無意義,多看報紙應該能多長知識。如報紙無知識就變成看了一份不重要的報紙,對於寫報紙的人他的答案也答不到成效了。

3. 祈欣儀 我比較喜歡改版後的青年日報

資料來源:本研究整理

綜上小結,在第一回合修正式德菲法問卷中,分別有王烱華、羅添斌等軍事新聞記者,青年日報副社長兼總編輯方正,倪炎元、周慶祥、閻亢宗、羅彥傑等學者以及姜至修、陳臣亭、祁欣儀等一般閱聽眾於開放式問卷中提出建議,故本研究依據專家學者們的建議,完成題項的修正與新增,並進行第二回合問卷。第一回合計「報版版面標題構面」已達一致2項(標題字體的大小、標題的知識性),修改後新增1項(標題使用併疊題);「報版內容構面」已達一致2項(新聞報導內容的類型、新聞內容閱讀流暢程度);「報版版面編排設計構面」已達一致2項(報紙同一版面的新聞照片組合程度、報紙新聞照片內容喜好程度),修改後新增1項(頭版版面製作的獨特性),故本問卷題項總數,即第二回合修改後新增與第一回合已完成收斂題項共合計修正為51項(原題項為55項,第一回合已達一致性指標6項,新增題項2項)。

現針對第一回合問卷中,已達一致性指標之題項,綜合說明如下:

一、在「報版版面標題構面」中:

「標題字體的大小」這項指標,在第一回合中,專家學者意見即達成一致,

有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 25%,很重要 60%,非常重要 15%,QD=0.375),另「標題的知識性」這項指標,在第一回合中,專家學者意見亦達成一致,有 95%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 15%,很重要 60%,非常重要 20%,QD=0.00),僅 5%的專家學者認為不重要,顯見編輯在針對新聞標題下標時,標題字體大小以及標題是否具知識性、呈現關鍵字,對於讀者來說,有助於吸引閱讀。

二、在「報版內容構面」中:

「新聞報導內容的類型」這項指標,在第一回合中,專家學者意見即達成一致,有90%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要15%,很重要55%,非常重要20%,QD=0.375),僅10%的專家學者認為不重要,另「新聞內容閱讀流暢程度」這項指標,在第一回合中,專家學者意見亦達成一致,有95%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要20%,很重要55%,非常重要20%,QD=0.375),僅5%的專家學者認為不重要,顯見新聞報導內容的類型與閱讀的流暢程度,在改版的過程中,有助於吸引閱聽眾閱讀,且對於閱讀者來說是一項重要的指標。

三、在「報版版面編排設計構面」中:

「報紙『同一版面』的新聞照片組合程度」這項指標,在第一回合中,專家學者意見即達成一致,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要25%,很重要60%,非常重要15%,QD=0.375),另「報紙新聞照片內容喜好程度」這項指標,在第一回合中,專家學者意見亦達成一致,有95%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要20%,很重要55%,非常重要25%,QD=0.375),均無專家學者認為不重要,且根據國內研究指出,照片在報紙的版面構成中扮演著十分重要的功能(林宜箴,2001),對讀者來說,照片能產生親切感與真實感、甚至令人動容的感受。換言之,照片能夠美化版面吸引注意、並且輔助說明內容。對報社編輯而言,可以是美化版面不可或缺的東西,而且可以隨時用來調節處理

稿件被刪或換掉時的情況;林宜箴(2001)針對年輕讀者對版面觀感的研究發現, 主照片「使用大照片」會比「使用一般大小照片」更令年輕讀者覺得這版面更吸 引人。說明了圖像化的編輯確實較易吸引讀者的目光,也讓人更容易、也更願意 閱讀。另外,Bohle 與 Garcia(1987)曾在研究中分析報紙元素對消費者的吸引 力,他們以是否具有色彩或照片的報紙來測試消費者的注意程度,結果發現無論 報紙是否彩色,主照片仍然是受試者最先注意到的元素。顯見報紙在改版過程中, 報版版面的編排與設計採用視覺圖像化的編輯策略,站在閱聽眾日常生活的角度 來呈現新聞內容,且新聞照片組合排列方式,是否讓人感到舒適,對於閱聽眾來 說,有助於成功地吸引許多讀者。

另針對第一回合問卷中,綜整專家學者建議,將「標題使用併疊題」、「頭版版面製作的獨特性」等兩項新增題項內容,綜合說明如下:

一、在「報版版面標題構面」中:

世新大學新聞學系周慶祥專任助理教授認為,專業性軍事專題文章可長,強 調專業與知識性,另改版後紙張變小,文章可再精簡,放些新聞增加新聞豐富度 以及標題可使用併疊題,強化某些標題關鍵字,避免標題字多變字很小,或標題 字少,字變大。

二、在「報版版面編排設計構面」中:

蘋果日報軍事記者王烱華先生認為頭版的標題、圖像,會讓閱讀者是否有意願拿起這份報紙最重要的元素,另外,頭版的版面製作更要有獨特性,也就是讀者是否對這則報導的內容有所共鳴,如果僅是政令宣導,則會退縮青報未來發展的前景。

接著在修正式德菲法第二回合部分,於 2018 年 1 月 19 日完成問卷回收,回收率 100%,依本研究題項收斂標準,第二回合計「報版版面標題構面」已達一致 5 項;「報版內容構面」已達一致 6 項;「報版印刷程度構面」已達一致 1 項;「報版版面編排設計構面」已達一致 4 項;「軍種報夾報效益構面」已達一致 2 項,無

新增刪除題項,茲詳列第二回合完成聚斂題項如表 4-1-3。

表 4-1-3 修正式德菲法第二回合已達一致之題項

報版版面標題構面				
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
1.		標題的文字內容是 否能夠吸引讀者閱 讀。	非常重要75% 四分位差0.375	已達
4.	標題字數多寡	報版版面標題字數的多寡,是否掌握新聞內容核心議題,易於讀者閱讀。	很重要70% 四分位差 0	已達
5.	標題色彩的豐富性	標題套色色彩是否讓人耳目一新,但又不會讓人眼花撩亂。	很重要65% 四分位差 0	已達
7.	主標題與 子標題契 合程度	編輯對於報版版面 下標的主標題與子 標題兩者之間是否 允當。	很重要65% 四分位差 0 .375	已達
8.	標題的運用	編輯對於標題的運用會不會讓讀者因為看到新聞標題而想要連結到青年日報臉書,兩者之間的流動情形。	很重要60% 四分位差0	已達

項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
9.	新聞內容的「正確性」程度	針對新聞報導的內容,其正確性程度。	非常重要90% 四分位差0	已達
10.	新聞報導的「消息來源可靠性」程度	針對新聞報導內容 的消息來源,是否具 有一定的可靠性。	非常重要75% 四分位差0.375	已達一致
12.	新聞報導的專業深度	有關軍事新聞報導的專業程度是否具有一定的水準與深入的分析,讓讀者深感報導的內容具有深度與專業性。	非常重要85% 四分位差0	已達
15.	勁旅」版新	針對軍事武器報導 是否涉略多國軍事 發展,報導內容是否 專業且深入剖析。	很重要70% 四分位差0	已達一致
18.	新聞資訊圖表的內容	讀者喜愛圖像化思考,資訊圖表的內容是否能吸引讀者閱讀。	很重要75% 四分位差0.375	已達
20.	新聞照(圖) 片數量	照(圖)片數量在報版各版面的比例多寡是否合宜。	很重要60% 四分位差0.375	已達一致

報版印	報版印刷程度構面					
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷		
2.	報版整體「印刷套色」程度	報紙的紙張材質、印刷套色精美程度是否讓人驚豔。	很重要60% 四分位差0	已達		
報版版	面編排設計構	面				
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷		
3.	報紙新聞事件的「照片呈現方式」喜好	讀者對新聞事件中 照片呈現方式的喜 好程度。	很重要70% 四分位差0.375	已達		
4.	報紙新聞「主標題」的字型樣式	讀者對報版新聞中 「主標題」字型樣式 的好感程度。	很重要65% 四分位差0	已達一致		
12.	的圖片圖	讀者對新聞內容與 所搭配的圖片或圖表的好感程度。	很重要60% 四分位差0.375	已達		
14.	報版版面	版面圖片與文字的編排是否更易於讀者閱讀。	很重要70% 四分位差0.375	已達一致		
軍種報	夾報效益構面	Î				
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷		

軍種報併 將軍種報併隨青年 重要65% 已達 隨青年日 日報一併夾報的做 1. 報夾報的 四分位差0 一致 法是否認同。 感覺程度 軍種報報 報紙內文字的寫作 紙內容新 很重要55% 已達 5. 方式是否讓讀者易

聞寫作方

四分位差0.375 一致

於閱讀。

式程度

資料來源:本研究整理

另在第二回合修正式德菲法問卷中,產、官、學界以及一般閱聽眾於開放式 問卷中,分別有高凌雲、羅添斌等軍事新聞記者,青年日報社長孫立方、採訪組 組長黃一翔,杜聖聰、倪炎元、閻亢宗等學者以及何暉宗、姜至修、陳臣亭等一 般閱聽眾提出建議事項,綜整如下表 4-1-4。

表 4-1-4 修正式德菲法第二回合專家學者與一般閱聽眾建議事項綜整

專業領域 編號 姓名 建議事項 備考

> 一、政令宣導固然是必須執行的任務,但可以 有更活潑的方式傳達。青報在相當程度上是 扮演上級與基層互動的中介角色,早年比較 嚴肅的排版與長官訓勉,其實可以用更溫馨

的方式傳達。

軍事新聞

National

(產界)

記者

- 二、官兵優良事蹟過去的寫作多比較呆板,人 物寫作不妨放寬,人物故事可讀性很高,好 兵與好官其實都有每個人不同的背景。
- 三、新聞圖片非常重要,國軍部隊演訓在不涉 及機密情況下,能夠大量使用,不僅可以讓

基層官兵與青報產牛連結,也能增加外人閱 讀趣味。

上文提及的軍種報隨青年日報夾報問題,軍種 報發送的對象,應僅限在部隊及軍事機關單

- 羅添斌 位,不會對外發送。青年日報目前是委外印製 5. 及發行,若軍種報要夾報發行,應要注意區分 為部隊及一般,不可混為一談。
- 第二部份軍種報之評述,勾選是否「重要」, 孫立方 1. 並不代表本人對軍種報相關項目之評價

青年日報 (官界)

上述問題均為製作報紙需掌握之重點(較難否

- 定其重要性),建議可增加較負面或一般民眾 黃一翔 5. 需求的問題,增加面向。
 - 一、基本上,我認為標題應該導入「關鍵字搜 尋」的概念,換言之,在下標題的時候, 關鍵字和標題應該合而為一。
 - 二、軍方刊物的版面,應該要與 APP 或行動載 具觀看的版面,有一定程度的聯繫和呼 應,不能各編各的。

專家學者

(學界)

1.

- 杜聖聰 三、軍方刊物應該花更多時間,將目前平面刊 物的編輯系統,透過資訊圖表方式呈現, 也就是儘可能用圖表來表達意見,都是 字,會讓讀者感到厭煩。
 - 四、軍方刊物更應該導入編採與平台一體的概 念,否則,編輯和採訪寫作自成一格,但 這些人永遠不知道具體的網路瀏覽數,也

弄不清楚閱聽眾喜見樂聞的偏好為何,這 會讓刊物的生命力萎縮。

- 一、基本上,對青年日報此次改版的效果給予 高度肯定。
- 二、本人兩次意見的改變不多。
- 2. 倪炎元
- 三、對於問卷題項設計的本身,還是老問題, 題目多半編向肯定取向,許多問題本來就是 編輯專業上的要求,很不容易出現選擇「不 重要」或「非常不重要」的題項,下次設計 或可列入考量。
- 5. 閻亢宗 應更加強化軍事專業報的色彩
- 2. 何暉宗

青報改版後,內容多元化,惟印刷欠佳,會影響閱聽人閱讀興趣。

一、在此針對項次第一部份中:「版面編排設計構面」,提出建議:在設計的視覺裡,有幾個要素:版面、文字、圖像、色彩,包含材質都是能夠給觀者不同的感受,特別是「改版」,就應該要有大幅度的調整,才能讓人每次都期待著下一次的讀報。

一般閱聽眾

3 姜至修

Nationa

、雖然說設計有許多潛規則,設計的好壞,多數因人而異,各執己見,但「設計」絕對脫離不了基本的編排架構,若是只要與舊版報紙不同就算是改版,這樣子「亂搞」就算是創新,那麼每個人都是設計師了,所以設計好的版面編排,給予人的視覺感

報導文章內容的知識性十分重要,但可信度也 是要有個依據才能更加避免錯誤報導!文字上的 大小及圖片大小也容易影響閱讀者是否有認真 閱讀,基本上如字型太小或固的版面過亂就很

4. 陳臣亭 難吸引讀者觀看,字如過多也是讓讀者困擾, 圖如果字多卻看不出重點就會不想繼續看下去,圖片內容也可多放照片,真實度也會提高! 而非只有插畫圖可以看,標題也有夠真實有趣 才可以吸引更多的讀者觀看報導!!

資料來源:本研究整理

綜上小結,第二回合計「報版版面標題構面」已達一致 5 項(標題文字的吸引程度、標題字數多寡、標題色彩的豐富性、主標題與子標題契合程度、標題的運用);「報版內容構面」已達一致 6 項(新聞內容的「正確性」程度、新聞報導的「消息來源可靠性」程度、新聞報導的專業深度、「新世紀勁旅」版新聞的專業程度、新聞資訊圖表的內容、新聞照片與圖片數量);「報版印刷程度構面」已達一致 1 項(報版整體「印刷套色」程度);「報版版面編排設計構面」已達一致 4 項(報紙新聞事件的「照片呈現方式」喜好、報紙新聞「主標題」的字型樣式、對報紙新聞所搭配的圖片圖表喜好種類、報版版面圖文編排);軍種報夾報效益構面」已達一致 2 項(軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度、軍種報報紙內容新聞寫作方式程度),故本問卷題項總數,即第三回合修改後新增與第二回合已完成收斂題項共合計修正為 33 項(原問卷題項為 55 項,扣除第一回合已達一致性指標 6 項,新增題項 2 項,第一回合問卷題項共計 51 項;並扣除第二回合已達一致性指標 18 項)。

現針對第二回合問卷中,已達一致性指標之題項,綜合說明如下:

一、在「報版版面標題構面」中:

「標題文字的吸引程度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在 「重要」以上(重要 5%,很重要 20%,非常重要 75%,QD=0.375),「標題字數 多寡」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 20%, 很重要 70%, 非常重要 10%, QD=0), 「標題色彩的豐富性」這項指標上, 有 100% 的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 20%,很重要 65%,非常重要 15%,QD=0),「主標題與子標題契合程度」這項指標上,有 95%的專家學者認為 重要性程度在「重要」以上(重要 20%, 很重要 65%, 非常重要 10%, QD=0.375), 而有 5%的專家學者認為不重要,「標題的運用」這項指標,有 90%的專家學者認 為重要性程度在「重要」以上(重要 10%,很重要 60%,非常重要 20%, QD=0), 有 10%的專家學者認為重要性程度在「不重要」以上(不重要 5%,很不重要 5%)。 由此可知,在報版版面當中,「標題」佔有十分重要的地位,而根據馬西屏(1998) 的研究顯示,標題是新聞的中心或重點,把新聞的主要內容和精粹部份提煉出來, 引起讀者的興趣。標題的注意力比新聞內文高五倍,報紙的閱讀誘因 50%來自標 題,能滿足讀者好奇、利益、需求的標題,閱讀率可能高達 75%。事實上,我國 報禁開放後,使得各家報社在內容上大幅增加,讀者有時為了節省時間,於是出 現了越來越多只看標題而略過內文不看的讀者,也就是所謂的「標題讀者」,因 此,青年日報在面臨改版作業的同時,對報社的編輯來說,標題如何處理,就變 得相當重要,編輯在下標題時,應特別注重提示新聞的主要內容、表現新聞的重 要性或影響性、表現報紙的特色(嚴肅性或趣味性)、說明新聞的發展趨勢、以 及從視覺和閱讀心理上組成並美化報紙版面等,進而吸引讀者閱讀興趣。

二、在「報版內容構面」中:

有關「新聞內容的『正確性』程度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「很重要」以上(很重要10%,非常重要90%,QD=0),在「新聞報導的『消息來源可靠性』程度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度

在「很重要」以上(很重要25%,非常重要75%,QD=0.375),而在「新聞報導的專業深度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「很重要」以上(很重要15%,非常重要85%,QD=0),在「『新世紀勁旅版』新聞的專業程度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要15%,很重要70%,非常重要15%,QD=0),由此可知,媒介可信度是一個人針對消息來源「信賴」與「專業」程度的一種主觀的判斷或感覺(Hovlland & Weiss, 1951),例如:盧鴻毅、余永昌、陳素燕及涂豔華等人(2007)所進行的調查發現,受訪者對網路資訊可信度的評價會影響他們上網尋求資訊的意願與行為。由此可知,消息來源的可信度可能決定一個人使用該管道尋求資訊的可能性。綜上所述,閱聽人會因為消息來源的專業程度、個人的態度以及對於某些特定資訊的依賴,而積極去尋求資訊的解答以獲得滿足,故青年日報隨著科技發展的趨勢,為了能呈現出滿足閱聽人資訊尋求行為模式與符合網路特性的傳統報及電子報,進行改版作業,目的除了提高閱報率外,就是為了希望能讓新聞報導的內容與版面的編排能更貼近讀者的思維與想法,以滿足閱聽眾的資訊尋求。

此外,在「新聞資訊圖表的內容」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「很重要」以上(很重要 75%,非常重要 25%,QD=0.375),而在「新聞照(圖)片數量」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 15%,很重要 60%,非常重要 25%,QD=0.375)。事實上,報紙版面運用圖表,可以幫助讀者理解新聞事件發生中的空間、時間、或數量間的關係,而「資訊圖像」泛指各種統計圖、表格、地圖或示意圖,結合數字,用途在將複雜的資訊以清楚簡單的方式呈現。Utt & Pasternack(1985)曾經將報紙的發行量和其版面圖像元素(graphic device)的多寡來進行比較,結果發現發行量較大的報紙在圖像元素的使用上較為傳統(traditional),而以零售為主的報紙在圖像元素的使用上則會較為創新(modern)。另外,Kenney & Lacy(1987)也曾經對報紙競爭程度(以發行量作為指標)以及圖像運用之關連性進行研究,結果亦指出當競爭

趨於激烈時,版面的照片、圖表等比重都會相對增加。由此可知,在面對報業競爭環境之下,當青年日報進行改版作業時「資訊圖像」的運用是一項值得重視的指標。

三、在「報版印刷程度構面」中:

「報版整體『印刷套色』程度」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 15%,很重要 60%,非常重要 20%,QD=0)。而根據柳閩生(1987)的研究顯示,認為色彩是對版面中面積、塊、量的考量,利用色彩特性取代裝飾,也有助於強化訊息,並挑起視覺的興奮感,使報紙成為一種視覺媒體(Moen, 1984)。另 Bohle 與 Gracia(1987)的研究則是將讀者對報紙色彩的反應進行比較,發現報紙的彩色或黑白印刷會影響讀者對版面的吸引力,顯見「報版整體『印刷套色』」對於閱讀者來說能產生一定程度的影響。

四、在「報版版面編排設計構面」中:

「報紙新聞事件的『照片呈現方式』喜好」這項指標上,有 100%的專家學者 認為重要性程度在「重要」以上(重要 25%,很重要 70%,非常重要 5%,QD=0.375), 而此一指標與第一回合中同構面已達一致之「報紙『同一版面』的新聞照片組合 程度」與「報紙新聞照片內容喜好程度」這兩項指標相互呼應,顯見照片在報紙 的版面構成中扮演著十分重要的功能(林宜箴,2001),對於閱讀者來說,較易 吸引讀者的目光,也讓人更容易、也更願意閱讀。

另外在報紙新聞「主標題」的字型樣式這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 15%,很重要 65%,非常重要 20%,QD=0),而在「對報紙新聞所搭配的圖片圖表喜好種類」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 25%,很重要 60%,非常重要 15%,QD=0.375),「報版版面圖文編排」這項指標上,亦有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 5%,很重要 70%,非常重要 25%,QD=0.375)。而根據研究者在第二章文獻探討第四節版面編排設計與視覺圖像化中曾提及,有關透

過報紙改版藉以爭取讀者的討論,大致可分三個方向:同質說(homogeneity of content between competitors)、異質說(differences of content)和折衷說(eclectic doctrine)。其中主張折衷說的人認為,由於新聞人員的新聞價值觀所見略同,導致競爭報紙的內容沒有太大差異,因此為了強化本身產製新聞的能力,往往會在競爭激烈的地區增加記者人手;並刻意區隔版面表現,透過不同的版面設計,並適時運用照片、圖表和吸引注意的標題,來增加新聞報導量,以提供更深入、更好品質的新聞服務。

五、在「軍種報夾報效益構面」中:

在「軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度」這項指標上,有80%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要65%,很重要10%,非常重要5%,QD=0),但也有20%的專家學者認為重要性程度在「不重要」以上(不重要15%,非常不重要5%),顯見閱讀者對於「軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度」雖有部分歧異,但大多感覺仍有其重要性,實務上可解讀為閱讀者認為此種夾報方式,其實質重要性,仍待後續觀察。另外在「軍種報報紙內容新聞寫作方式程度」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要25%,很重要55%,非常重要25%,QD=0.375),由此可知,報紙內容新聞寫作方式是否能透過簡單易讀及生動有力的方式讓閱讀者快速吸收與閱讀是一項值得重視的事情。

在德菲法第三回合部分,本研究於 2018 年 3 月 5 日完成問卷回收,回收率 100%。在進行數據統計後,發現第三回合大部分題項的標準差均小於第二回合,依據 Murry & Hammons (1995) 對修正式德菲法的操作定義,此描述性統計之意義在德菲法技術中即代表專家意見已趨於「穩定」,因此本研究續依據 Rice (2007) 所提出之統計概念,以平均數加、減 1 個標準差計算出專家意見常態分配的峰值並予以剔除,復以四分位差檢定,以避免少數專家意見影響多數專家的決策結果。經統計聚斂後,第三回合「報版內容」構面已達一致 2 項;「報版印刷」構面已達一致 1 項;「報版版面編排設計」構面已達一致 4 項;「軍種報夾報效益」構面已

達一致 2 項,該回合德菲法小組專家亦無提出其他意見,茲詳列第三回合完成聚 斂之題項如表 4-1-5。

表 4-1-5 修正式德菲法第三回合已達一致之題項

報版內容構面					
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷	
4.	新聞內容字體的大	內容字體大小讓人閱讀起來更舒適。	很重要 60 % 四分位差 0	已達	
11.	新聞報導題材的廣泛性	新聞報導的題材是 否廣泛蒐集,讓讀者 能接受。	很重要60% 四分位差0.375	已達一致	
報版印	刷程度構面				
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷	
3.	各版面「色 彩豐富性」 程度	報紙紙張各版面套 色色彩是否具有豐富性及多樣化,讓人耳目一新。	很重要70% 四分位差0	已達一致	
報版版	面編排設計構	面			
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷	
7.	報紙使用 的標題大 小喜好	讀者對報版使用的標題大小是否合宜。	很重要65% 四分位差0.375	已達	
10.	報紙「版面」色彩呈現喜好	讀者對報紙「版面」 色彩呈現的好感程 度是否讓人眼睛為	很重要70% 四分位差0	已達一致	

		之一亮。		
	認為報紙的哪些「美			
11.	術編輯」手 法,可以增 加閱讀的 動感及變	報紙適時地運用美術編輯的方法,是否可以增加閱聽眾閱讀的興趣或吸引力。	很重要 75% 四分位差 0	已達一致
	化性			
16.	頭版版面 製作的獨 特性	頭版的版面製作要有獨特性,也就是讀者是否對這則報導的內容有所共鳴。	非常重要75% 四分位差0.375	已達一致
軍種報	夾報效益構面	i		
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
2.		報紙標題的文字與 內容是否能夠吸引 讀者閱讀。	很重要55% 四分位差0.375	已達一致
4.	版內圖片	同一版面中,圖片的 組合與編排是否能 讓讀者接受、產生好 感。	很重要60% 四分位差0.375	已達一致

資料來源:本研究整理

綜上小結,第三回合「報版內容」構面已達一致 2 項(新聞內容字體的大小、 新聞報導題材的廣泛性);「報版印刷」構面已達一致 1 項(各版面「色彩豐富性」 程度);「報版版面編排設計」構面已達一致 4 項(報紙使用的標題大小喜好、報 紙「版面」色彩呈現喜好、認為報紙的哪些「美術編輯」手法,可以增加閱讀的 動感及變化性、頭版版面製作的獨特性);「軍種報夾報效益」構面已達一致2項 (軍種報標題文字的吸引程度、軍種報報版內圖片的編排程度)。

現針對第三回合問卷中,已達一致性指標之題項,綜合說明如下:

一、在「報版內容構面」中:

有關「新聞內容字體的大小」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要20%,很重要60%,非常重要20%,QD=0),在「新聞報導題材的廣泛性」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要25%,很重要60%,非常重要15%,QD=0.375),根據Coulson和Lacy(1996)研究顯示,1990年代的美國報社在面臨經濟衰退、發行緊縮、閱讀率下降及其他媒體競爭等壓力下,會馬上調整報導方式、新聞主題、版面設計;在新聞內容方面,尤其會加強人物特寫,並以獨特的報導內容來吸引消費者,企圖提升閱報率;另將新聞內容字體放大、行距加寬等方式讓讀者快速吸收與閱讀(王天濱,2003)。

二、在「報版印刷程度構面」中:

在各版面「色彩豐富性」程度這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 20%,很重要 70%,非常重要 10%,QD=0),根據 Click和 Stempel III(1982)的研究發現,絕大多數的讀者認為彩色版的吸引力遠超過黑白版,且讀者對於頭版使用色彩的報紙評價高於未使用色彩的報紙。Bohle 與 Gracia(1987)的研究則是將讀者對報紙色彩的反應進行比較,發現報紙的彩色或黑白印刷會影響讀者對版面的吸引力,讀者喜歡色彩印刷,甚至強過照片。

三、在「報版版面編排設計構面」中:

有關「報紙使用的標題大小喜好」這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要25%,很重要65%,非常重要10%,QD=0.375),報紙「版面」色彩呈現喜好這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重

要」以上(重要20%,很重要70%,非常重要10%,QD=0),認為報紙的哪些「美術編輯」手法,可以增加閱讀的動感及變化性這項指標上,有100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要10%,很重要75%,非常重要15%,QD=0),根據蘇蘅(2002)認為有關報紙形式的相關研究範圍極廣,舉凡在報紙版面上的所有元素,包括「標題、圖片和文字」等元素組合的最後版樣幾乎都可以成為研究之一。于鳳娟(2002)曾指出,版面及版次、字體、圖像及照片是決定報紙版面最重要的四個元素。而標題、內文、圖說、照片等四個要件,更是報紙版面的最主要部分。柯裕嘉(2011)則認為版面形式,將文字、照片、圖像加以編排也是報紙形式呈現的重點,這其中包括「設計的構成體」(如頁數、紙質)、「資訊的表現方式」(如裝訂、印刷版式)以及「資訊內容」(如文字、照片、符號)等三大要素。

此外,「頭版版面製作的獨特性」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 15%,很重要 10%,非常重要 75%,QD=0.375),此為蘋果日報記者王炯華先生所建議提增列的指標,在經過德菲法問卷實施後,亦獲得大多數專家學者的認同,有高達 75%的比例認為非常重要,由此可知,隨著信息化時代的來臨,大眾市場不斷分化,許多讀者對於訊息的獲得與要求亦越來越高,導致報紙改變版面成為眼下許多報紙提高競爭力與影響力的重要手段之一。事實上,版面是報紙的形象代言,亦是報紙發言的一種手段,而版面設計是報紙內容編排的整體表現,他具體的反映出報紙對現實生活的態度,也反映出了報紙的個性。好的版面讓人閱讀起來不僅心曠神怡,從而激發讀者的美感情緒,吸引讀者有興趣地去閱讀。

四、在「軍種報夾報效益構面」中:

有關「軍種報標題文字的吸引程度」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程度在「重要」以上(重要 25%,很重要 55%,非常重要 20%,QD=0.375),「軍種報報版內圖片的編排程度」這項指標上,有 100%的專家學者認為重要性程

度在「重要」以上(重要 25%,很重要 60%,非常重要 15%,QD=0.375),我們都知道所謂報紙的版面是提供給閱讀者閱讀的第一印象,亦是各種標題、文稿稿件、照(圖)片、色彩、線條等等的整體組合與結構,而版面的風格,所指的便是在編輯報紙版面時所設計的樣式與格調,因此,一個具有整體效果、注重細節的版面更是凸顯出一家報業的領導風格、個性化和成熟度的指標。而報紙的版面至少包括了標題、新聞內文、新聞提要及圖表(片)等。各版面性質、大小的調配,乃是報社較高階層所做的決定,其目的不僅是便於讀者尋找自己所要看的東西,養成讀報的習慣,而且也表現了報紙的編輯政策、報導重點與方向(徐昶,1992)。從閱聽眾的角度來看,將軍種報隨青年日報來報的做法,不論是標題文字或是圖片內容,都是吸引閱聽眾想要閱讀的重要指標。

本研究題項總數共 57 題,經過三回合的修正式德菲法問卷實施後(原問卷題項為 55 項,第一回合新增題項 2 項,已達一致性指標 6 項:第二回合已達一致性指標 18 項:第三回合已達一致性指標 9 項),完成聚斂已達一致性題項計 33 題,問卷整體的一致程度達 57.89%。然而整體問卷的一致性檢定是指德菲小組成員對所有題項之一致性同意的程度,也就是說當整體問卷中取得專家共識的題項數與意見分佈趨於穩定的題項數達到全部題項比例百分之幾,即可結束後續調查,但不同的研究則對於整體問卷的一致性有不同的標準,Mead(1992)認為專家意見在 80%以上的題項達到一致,可終止反覆詢答;Payne 等人(1976)認為需達到 55%以上的題項,方可結束問卷;傅文成(2006)認為當 80%以上的題項達到專家意見一致,則視為達到共識,且在專家小組中產生一致性也才可稱為對整體問卷產生一致性的共識,即可完成本次問卷。而當符合一致性要求之題項超過全體題項二分之一時,即表示 Delphi 小組成員之意見已達一致性,可結束問卷調查工作,再進行各課題之重要性評定工作(傅文成,2006)。鑒於本研究主要在建構青年日報紙本改版後效果指標,在實施三個回合修正式德菲法問卷後,專家學者群的填答意見未出現重大改變,若再實施第四回合問券,結果可能仍趨相同,對整體

研究效益不大,故結束問卷調查,完成聚斂之指標題項詳列於表 4-1-6。

表 4-1-6 本研究修正式德菲法問卷完成聚斂題項一覽表

報版版	報版版面標題構面				
項次	指標名稱	內容敘述	過濾條件	判斷	
2.	標題字體的大小	標題字體大小讓讀 者閱讀起來的舒適 程度。	很重要60% 四分位差0.375	已達	
6.	標題的知識性	編輯針對新聞標題 下標時,是否具知識 性、呈現關鍵字,可 吸引讀者注意。	很重要60% 四分位差0	已達	
1.	標題文字 的吸引程 度	標題的文字內容是 否能夠吸引讀者閱讀。	非常重要75% 四分位差0.375	已達	
4.	標題字數多寡	報版版面標題字數的多寡,是否掌握新聞內容核心議題,易於讀者閱讀。	很重要 70% 四分位差 0	已達一致	
5.	標題色彩的豐富性	標題套色色彩是否讓人耳目一新,但又不會讓人眼花撩亂。	很重要65% 四分位差0	已達	
7.	主標題與 子標題契 合程度	編輯對於報版版面 下標的主標題與子 標題兩者之間是否 允當。	很重要65% 四分位差0.375	已達一致	

編輯對於標題的運

用會不會讓讀者因

報臉書,兩者之間的

流動情形。

報版內	報版內容構面				
項次	指標名稱	內容敘述	過濾條件	判斷	
2.	新聞報導 內容的類型	各版中哪一種類型 的新聞報導最易吸 引讀者閱讀。	很重要55% 四分位差0.375	已達	
7.	新聞內容 「閱讀流暢」程度	讀者在閱讀時,感覺	很重要55% 四分位差0.375	已達	
9.	新聞內容的「正確性」程度	針對新聞報導的內 容,其正確性程度。	非常重要90% 四分位差0	已達	
10.	新聞報導的「消息來源可靠性」程度	針對新聞報導內容 的消息來源,是否具 有一定的可靠性。	非常重要75% 四分位差0.375	已達	
12.	新聞報導的專業深度	有關軍事新聞報導 的專業程度是否具 有一定的水準與深 入的分析,讓讀者深	非常重要85% 四分位差0	已達	

感報導的內容具有 深度與專業性。

	「新世紀	針對軍事武器報導		
1.5	勁旅」版新	是否涉略多國軍事	很重要70%	已達
15.	聞的專業	發展,報導內容是否	四分位差0	一致
	程度	專業且深入剖析。		
	新聞資訊	讀者喜愛圖像化思		
18.	圖表的內	考,資訊圖表的內容	很重要75%	已達
10.	容	是否能吸引讀者閱	四分位差0.375	一致
	T	讀。		
	新聞照(圖)	照(圖)片數量在報版	很重要60%	已達
20.	片數量	各版面的比例多寡	四分位差0.375	一致
	7190=	是否合宜。		<i>-</i>
	新聞內容	內容字體大小讓人	很重要60%	已達
4.	字體的大	閱讀起來更舒適。	四分位差0	一致
	小		7,70	
	新聞報導	新聞報導的題材是	很重要60%	已達
11.	題材的廣	否廣泛蒐集,讓讀者	四分位差0.375	一致
	泛性	能接受。		
報版印	刷程度構面			
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
	報版整體	報紙的紙張材質、印	很重要60%	已達
2.	「印刷套	刷套色精美程度是	四分位差0	一致
	色」程度	否讓人驚豔。	>4 اعتبارة	
3.	各版面「色	報紙紙張各版面套	很重要70%	已達

	必興令州	色色彩是否具有豐	四分位差0	一致
			四万世左0	以
	程度	富性及多樣化,讓人		
報版版	面編排設計構	<mark>面</mark>		
項次	指標名稱	内容敘述	過濾條件	判斷
	報紙「同一	報版同一版面中,新		
1	版面」的新	聞照片的組合排列	很重要60%	已達
1.	聞照片組	是否讓人感覺到舒	四分位差0.375	一致
	合程度	適。		
2.	報紙新聞 照片內容 喜好程度	讀者對新聞照片內容的好感程度。	很重要55% 四分位差 0 .375	已達一致
3.	報紙新聞事件的「照片呈現方式」喜好	讀者對新聞事件中 照片呈現方式的喜 好程度。	很重要70% 四分位差0.375	已達一致
4.	報紙新聞「主標題」的字型樣式	讀者對報版新聞中 「主標題」字型樣式 的好感程度。	很重要65% 四分位差0	已達一致
12.	聞所搭配的圖片圖	讀者對新聞內容與 所搭配的圖片或圖表的好感程度。	很重要60% 四分位差0.375	已達一致

		版面圖片與文字的		
1.4	報版版面		很重要70%	已達
14.	圖文編排	編排是否更易於讀	四分位差0.375	一致
		者閱讀。		
	報紙使用	讀者對報版使用的	很重要65%	已達
7.	的標題大	標題大小是否合宜。	四分位差0.375	一致
	小喜好		四月	
	#12 AUT. L 1112	讀者對報紙「版面」		
4.0	報紙「版	色彩呈現的好感程	很重要70%	已達
10.	面」色彩呈	度是否讓人眼睛為	四分位差0	一致
	現喜好	之一亮。		
	認為報紙		- V	1
	的哪些「美			
	術編輯」手	報紙適時地運用美		
11.	法,可以增	術編輯的方法,是否	很重要75%	已達
11.		可以增加閱聽眾閱	四分位差0	一致
	加閱讀的	讀的興趣或吸引力。		
	動感及變			
	化性			
	頭版版面	頭版的版面製作要		
16.	製作的獨	有獨特性,也就是讀	非常重要75%	已達
10.	特性	者是否對這則報導	四分位差0.375	一致
	1寸 1工	的內容有所共鳴。		
軍種報	夾報效益構面	Î		
項次	指標名稱	內容敘述	過濾條件	判斷
4	軍種報併	將軍種報併隨青年	重要65%	已達
1.	隨青年日	日報一併夾報的做	四分位差0	一致

報夾報的 法是否認同。

感覺程度

5.	軍種報報 紙內容新聞寫作方式程度	報紙內文字的寫作 方式是否讓讀者易 於閱讀。	很重要55% 四分位差0.375	已達
2.	軍種報標 題文字的 吸引程度	報紙標題的文字與 內容是否能夠吸引 讀者閱讀。	很重要55% 四分位差 0 .375	已達
4.	軍種報報 版內圖片 的編排程 度	同一版面中,圖片的 組合與編排是否能 讓讀者接受、產生好 感。	很重要60% 四分位差 0 .375	已達

資料來源:本研究整理

綜上小結,「報版版面標題構面」共完成7項指標建構,其中重要程度屬「非常重要」的計有「標題文字的吸引程度」等1項指標;而「報版內容構面」共完成10項指標建構,其中重要程度屬「非常重要」的計有「新聞內容的「正確性」程度」、「新聞報導的「消息來源可靠性」程度」、「新聞報導的專業深度」等3項指標;而「報版版面編排設計構面」共完成10項指標建構,其中重要程度屬「非常重要」的計有「頭版版面製作的獨特性」等1項指標。

另針對專家意見未能達到一致以及刪除的題項,本研究詳列於表 4-1-7,並再進一步透過深度訪談瞭解其無法達成共識的深層因素。

表 4-1-7 本研究修正式德菲法專家意見未達一致及刪除題項之說明一覽表

報版版面標題構面

項次	題項	内容敘述	判斷
-	標題字型的多樣	標題字型的呈現是否具有多樣化的特	未達
3.	性	性,能夠有效吸引讀者閱讀。	一致性
		標題可使用併疊題,強化某些標題關鍵	十二十
9.	標題使用併疊題	字,避免標題字多變字很小,或標題字	未達
		少,字變大	一致性
報版內	容構面		
項次	指標名稱	内容敘述	判斷
1.	新聞報導內容的 充實程度	針對報導內容的充實與豐富程度,是否 每日集結國內外新聞大事,使官兵讀者 立即掌握天下事,滿足資訊需求。	未達一致性
3.	新聞報導內容是否更貼近讀者	新聞報導內容是否採讀者取向,有關生活議題強調知識、實用,並具新聞性,例如:增加官兵退伍的就業資訊。著重軍武議題,以滿足軍事迷客群。報導偏遠、外島官兵生活實況,細膩、柔性側寫戰訓辛勞,或提供基層官兵投稿刊登軍旅點滴的機會,貼近讀者,鼓舞士氣等。	未達 一致性
5.	新聞內容字型的 多樣性	文章內容字型是否具有多樣性,能夠有 效吸引讀者閱讀。	未達 一致性
6	新聞內容字數多	新聞報導內容的字數多寡,是否掌握新	未達
6.	寡	聞議題核心,易於讀者閱讀。	一致性
0	新聞內容的「客觀	針對新聞報導的內容,是否讓讀者感覺	未達
8.	性」程度	到客觀。	一致性

13.	新聞報導的知識性程度	軍事新聞報導是否具有一定程度的知 識性,讓讀者閱讀起來深感獲益良多, 甚至有實質上的助益。	未達一致性	
14.	新聞報導的娛樂 性程度	有關休閒娛樂的新聞報導是否具有一 定程度的娛樂性,以吸引讀者閱讀。	未達 一致性	
16.	「樂在生活」版新聞的豐富程度	針對休閒娛樂方面的報導其豐富程度 是否吸引讀者。	未達一致性	
17.	新聞報導內容明 確提升「青年日報」的品牌形象	青年日報有關軍事新聞報導的內容對 其形象提升程度是否有一定程度的影響。	未達一致性	
19.	新聞照(圖)片篇幅 大小	新聞照(圖)片在報版各版面的比例大小是否合宜。	未達一致性	
報版印刷程度構面				
報版印	刷程度構面			
報版印 項次	指標名稱	內容敘述	判斷	
		内容敘述 報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否 讓人感受到舒適。	判斷 未達 一致性	
項次	指標名稱報紙「紙質觸感」	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否	未達	
項次 1.	指標名稱 報紙「紙質觸感」 程度 報紙整體「印刷清	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否 讓人感受到舒適。 報紙的文字及圖片等印刷清晰度是否	未達 一致性 未達 一致性 未達	
項次 1. 4. 5.	指標名稱 報紙「紙質觸感」 程度 報紙整體「印刷清 晰」程度 報紙整體「印刷色 報紙整體「印刷色	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否讓人感受到舒適。 報紙的文字及圖片等印刷清晰度是否讓人感覺清楚、乾淨。 報紙印刷時,整體的色彩的樣式與呈現	未達 一致性 未達 一致性 未達	
項次 1. 4. 5.	指標名稱 報紙「紙質觸感」 程度 報紙整體「印刷清 晰」程度 報紙整體「印刷色 彩」的視覺呈現程 度	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否讓人感受到舒適。 報紙的文字及圖片等印刷清晰度是否讓人感覺清楚、乾淨。 報紙印刷時,整體的色彩的樣式與呈現	未達 一致性 未達 一致性 未達	
項次 1. 4. 5.	指標名稱 報紙「紙質觸感」 程度 報紙整體「印刷清 晰」程度 報紙整體「印刷色 彩」的視覺呈現程 度 面編排設計構面	報紙的紙張印刷品質及觸感程度是否讓人感受到舒適。 報紙的文字及圖片等印刷清晰度是否讓人感覺清楚、乾淨。 報紙印刷時,整體的色彩的樣式與呈現方式是否讓人感到舒適。	未達 一致性 未達 一致性 未達 一致性	

	好				
6.	報紙新聞「內文」的走文方式	讀者對報版新聞「內文」走文方式是否易於閱讀。	未達一致性		
8.	報紙「同一版面」 的標題字型樣式 喜好	讀者對報版「同一版面」標題字型樣式的好感程度。	未達一致性		
9.	報紙標題的字數 喜好程度	讀者對報版標題字數多寡的好感程度。	未達一致性		
13.	對報紙「報頭」資訊呈現的喜好程度	讀者對報紙「報頭」資訊呈現的的好感程度。	未達 一致性		
15.	資訊圖表的美編 與清晰程度	美編應具備發想活潑化,加強資訊圖表 設計能力,並加強其清晰程度。	未達 一致性		
軍種報	軍種報夾報效益構面				
項次	指標名稱	内容敘述	判斷		
3.	軍種報報紙「版 面」色彩印刷的呈 現程度	讀者對報紙「版面」色彩印刷呈現的好感程度,是否讓人眼睛為之一亮。	未達一致性		
6.	軍種報新聞報導 內容的充實程度	新聞報導的內容是否讓讀者感覺到充實與豐富。	未達 一致性		
7.	軍種報新聞選擇來源的程度	報紙內新聞報導的內容選擇是否讓閱 讀者感到具有可靠性、專業性或吸引 力。	未達一致性		

資料來源:本研究整理

最後,本研究修正式德菲法結束三回合問卷統計後,已完成「青年日報改版

後效果表現指標」之建構,並將其區分為「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面。接下來茲就針對在本研究中,修正式德菲法問卷未臻完整解釋之部分,以及三回合問卷結束後專家仍無法達成共識之題項,與各專家學者做進一步深度訪談,探討其深層原因。

此外,本章第一節重點說明了本研究在第一回合修正式德菲法問卷中,採納王炯華、周慶祥等 2 位專家學者建議,分別在「報版版面標題構面」題項中新增標題使用併疊題以及在「報版版面編排設計構面」題項中新增頭版版面製作的獨特性等 2 個題項,經修改與新增後,問卷總題項計 57 項,三回合問卷結束後完成 33 項青年日報改版後效果表現指標(如表 4-1-6)。其中第一回合問卷中即達完成收斂的 6 項指標(如表 4-1-1),代表普遍受到各界專家學者認同,因此,當青年日報在面臨報紙改版時,應予「最優先處理」,其次可參考各回合指標題項之「重要程度」判斷:即「非常重要」優先於「很重要」,「很重要」優先於「重要」,依此類推,最後,參考各指標題項的「同意度次數分配百分比」來判斷對於未來報紙改版後是否能吸引閱聽眾注意與閱讀興趣,其百分比在 70%以上者尤需注意,簡言之,改版優先處理順序判斷係依據「收斂回合>重要程度>同意度次數分配百分比」,關於各指標題項之細節分析與建議,將會在第五章時詳細闡述。



National Defense University

第二節 深度訪談分析

本研究在第三章曾經提及,為了彌補本研究在修正式德菲法量化分析上的不足,透過深度訪談的方式,將有助於解釋在問卷中無法匯聚之題項的深層因素,並瞭解學者、專家們對於已完成聚斂的指標有何建議與想法,同時期藉由深度訪談,回答本研究的第二個研究問題,即青年日報改版後,其紙本經營策略在軍事新聞方面的知識性與專業程度,比改版前更能吸引讀者的閱讀興趣,進而獲得資訊尋求的滿足,以進一步探討青年日報改版後未來經營的策略。

本研究係採用半結構式訪談,每次訪談時間概約30分鐘至1個小時不等,地點均由受訪者自由選擇較適宜之處,如咖啡店或辦公室,訪談對象請見表4-2-1。而本研究之訪談大綱,係根據已完成之三回合修正式德菲法問卷成果,針對當前青年日報改版後面臨新媒體環境現況之議題,邀請資深新聞從業人員、負責青報改版之主要決策者與長期致力於新聞與傳播研究之學者,區分產(業界)、官(軍方)、學(學者)三大領域專家及一般閱聽眾,依其資深實務經驗或學術專業,探討更深層次的知識,以獲得相對客觀的信息、意見和見解,藉以聚斂專家集體決策與閱聽眾意見,整理出一套清晰的脈絡,從「青年日報」紙本的「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」以及「軍種報夾報效益」等面向探究報紙改版後的主要效果表現指標為何,了解閱聽人在版面安排、報導內容與記者表現、報紙定位等面向上有些什麼看法與意見以及改版前後哪一種版面或報導類型的改變較為閱讀者接受或接受程度最低,嘗試探討閱聽人對於「青年日報」改版後的使用情形與滿意度。

表 4-2-1 參與深度訪談之專家學者名單

專業區分	姓名	專業背景與實務經驗
業界(產)	王烱華	從事記者工作十餘年,實務經驗豐富,對軍事議題感
		知敏銳,現任蘋果日報軍事記者。

	孫立方	擔任軍事記者實務經歷豐富,曾擔任政經線記者、新
軍方(官)		聞官、青年日報採訪主任、青年日報副總編輯,青年
		日報總編輯。現任青年日報社長
	4 ि चीन महित्	曾任玄奘大學廣電系、圖書資訊學系、研發室主任、
		輔仁大學大傳系兼任助理教授、公共電視董監事審查
段田(段)		委員、中天電視台及壹電視新聞倫理委員會委員、中
學界(學)	杜聖聰	央廣播電台新聞部採訪主任、新新聞董事長特助兼行
		銷企劃部經理、勁報暨中天電視台兩岸中心召集人
		等,現任銘傳大學廣播電視學系主任

資料來源:本研究整理

在本研究進行深度訪前的導言如下:

敬愛的學者/專家您好,由於軍方報紙改版之情形是一個十分複雜的現象, 難以單就問卷數據做為研究結論的參考依據,因此為求嚴謹,本研究決定在問卷 收斂完成後,進行深度訪談,希望突破的問卷的限制,探索更深層的因素。以下 茲針對幾個問題,請您就過去在職場與學術領域的經驗,提出個人專業的建議與 看法,並盡可能詳盡的描述您心中的想法。

接下來茲就本研究半結構式訪談中所提出之訪談大綱原由加以說明。

首先,在先前修正式德菲法的問卷中所彙整之指標題項,主要均係來自文獻 探討中理論之延伸以及2017年5月「青年日報106年度改版專家滿意度調查報告中」 有關專家學者的訪談結果作為參考,同時彙集有關於「國軍文宣策略」、「專業 報的定義與類型」、「使用與滿足」、「資訊尋求」、「傳播效能」、「報版版 面編排設計與視覺圖像化」等國內外相關學術研究期刊與專書等,予以整理、歸 納、分析,作為指標建構之理論基礎,並將第二章所整理之文獻結果,結合近期 青年日報改版後報版編版與設計整體策略與新聞報導所呈現之特性與態樣,依據 「青年日報」軍事專業報之組織特性觀點切入,篩選出適用於軍報報版改版效果 表現指標,惟當前報業競爭激烈且社會動態瞬息萬變,而軍隊正如社會之縮影, 軍方報紙改版無不與民間報業發展息息相關,故單就文獻整理與歸納來研析當前 青年日報改版後效果之重要性認知,恐有不盡問全之疑慮,因此,深度訪談中提 出的第一個問題,即是請專家針對當前報業中,哪些是報紙改版後須注意的事項 且可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有疏漏之處提供專業見解。 深度訪談問題一: 請問依您的專業及經驗,於當前報業發展中,哪些是報紙改版 後須注意或改進的事項(例如:改版前後軍事新聞報導的專業 深度或是在軍事新聞專業特色方面扣聯程度,亦或是在報紙內 容充實程度、版面設計、編排、內容的呈現上)且哪些國軍新 聞報導可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有 疏漏之處可提供專業見解(例如:如何有效的運用數位發展, 探索拓展議題獲得閱聽眾的滿意或是青年日報報紙改版後在未 來整體經營策略上,最大的困境為何,是否能提供進一步的建 議)?

其次,本研究在結束三個回合之修正式德菲法問卷後,在「報版版面標題」 構面上計有「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等2個題項未能形成共識 (請參見表4-1-7),為求慎重,本研究將於深度訪談中,邀請專家學者針對無法 達成共識之題項提供意見,以求得問卷中在數據上無法顯示的深層原因,並加以 解釋,故於深度訪談中提出問題二:

深度訪談問題二:<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,<u>我們發現到在「報版版面標題」</u> <u>構面上</u>,<u>某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標</u>,<u>請問</u> <u>依您的專業及經驗</u>,<u>對於這些題項的見解如何</u>?(例如:「標 題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等這兩個題項上)

第三,本研究修正式德菲法問卷統計中發現,在「報版內容」構面上,計有「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更貼近讀者」、「新聞內容字型

的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程度」、「『樂在生活』版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項其重要性未達到共識而無法形成指標,然國軍報紙內容並無法像一般民間報業較為活潑化或聳動性編輯,因此,如何能吸引閱聽眾閱讀,是一門高深的學問,且為回應本研究之研究問題一:

1a:青年日報改版後,在消息來源上,重要的指標效果呈現如何?

1b:青年日報改版後,在題材選擇上,重要的指標效果呈現如何?

1c:青年日報改版後,在新聞報導的內容與主題上,重要的指標效果呈現如何? ,故於深度訪談中提出問題三,希探究報紙改版後,如何編版才是吸引閱聽眾願 意閱讀報紙的重要指標效果與原因。

深度訪談問題三:在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版內容」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更貼近讀者」、「新聞內容字型的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程度」、「「樂在生活」版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項上)

第四,本研究修正式德菲法問卷統計中發現,在「報版印刷程度」構面上,計有「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等三個題項上其重要性未達到共識而無法形成指標,然當前閱聽眾在面對眼球刺激的效應下,究竟效果如何,仍值得探究,且為回應本研究之研究問題三:

3a:青年日報改版後,在印刷程度上,重要的指標效果呈現如何?

3c:青年日報改版後,在整體視覺上,重要的指標效果呈現如何?

,故於深度訪談中提出問題四,希探究報紙改版後,報紙的整體印刷程度如何呈現出「視覺化效果」才是吸引閱聽眾願意閱讀報紙的重要指標效果與原因。

深度訪談問題四:在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版印刷程度」 構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問 依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「報 紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報 紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等這三個題項上)

第五,本研究修正式德菲法問卷統計中發現,在「報版版面編排設計」構面上,計有「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的喜好程度」、「資訊圖表的美編與清晰程度」等六個題項上其重要性未達到共識而無法形成指標,承上,為回應本研究之研究問題三:

3b:青年日報改版後,在編版設計上,重要的指標效果呈現如何?

3c:青年日報改版後,在整體視覺上,重要的指標效果呈現如何?

,故於深度訪談中提出問題五,希探究報紙改版後,報紙的編版設計與整體視覺 化效果,如何呈現才是吸引閱聽眾願意閱讀報紙的重要指標效果與原因。

深度訪談問題五:在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面編排設計」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標, 請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的

喜好程度」、「資訊圖表的美編與清晰程度」等這六個題項上)

第六,本研究修正式德菲法問卷統計中發現,在「軍種報夾報效益」構面上計有「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等三個題項上其重要性未達到共識而無法形成指標,事實上,近年來,青年日報面臨諸多挑戰,其中一項包括與軍種報界線模糊,因此,青年日報為順應潮流、結合社會脈動、適應讀者需求,於2017年4月1日再次進行改版,此次改版參酌各界意見,整合陸軍忠誠報、海軍忠義報、空軍忠勇報、後備忠愛報、憲兵忠貞報印刷、發行,採委外印製,使用高白新聞紙,提升紙質,並統一發行管道,增加運送效能。此一作法,係藉由整合國軍報紙整體規劃操作模式與節省運送經費等方式,以提升、擴大影響範圍,然實質效益如何,是一個值得深思的問題,故於深度訪談中提出問題六,希探究報紙改版後,藉由將軍種報紙夾報運送的方式,服務官兵忠實讀者,以及軍種報寫作、內容與視覺之呈現,是否獲得讀者的認同。

深度訪談問題六:<u>在修正式德菲法問卷結束後</u>,<u>我們發現到在「軍種報夾報效益」 構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標</u>,<u>請問依您的專業及經驗</u>,<u>對於這些題項的見解如何</u>?(例如:「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等這三個題項上)

承上,本研究依據訪談大綱內容,在「報版版面標題」、「報版內容」、「報版印刷程度」、「報版版面編排設計」、「軍種報夾報效益」等五大構面上無法聚斂之題項實施訪談,以下茲就專家學者對訪談大綱問題的見解與建議詳加歸納分析,且為便於讀者閱覽,以下僅摘錄專家訪談重點,並從「視覺整合」、「內容呈現」、「深訪寫作」、「深層解釋」等方面進行匯聚與分析,另訪談過程之逐字稿請參照附錄2至附錄4:

(一) 視覺整合-

整體來說,部分學者、專家均認同,提供一份現代化的報紙是目前深處多元化的媒體競爭下,必須不斷創新改變的途徑,然而,在激烈競爭的市場之中,除了在新聞文字內容的競爭之外,「版面設計」更是報紙在競爭激烈的媒體戰中一項重要的行銷策略。

以目前發展來看,如何結合編輯技巧及美學,將版面呈現資訊聚焦化,是紙本吸引讀者的重要選項。(青年日報社社長 孫立方上校)

版型一定要有相關的規範,也就是視覺的規範,一個版面的視覺的要素,包括內文、標題、相片、圖、表五大構面,此外,要有一套標準的SOP運作模式, 將視覺圖像化呈現出來,藉以吸引閱聽眾注意。(銘傳大學廣播電視學系 杜 聖聰主任)

不論在報紙版面設計、編排、內容等這上面,新聞的版面是吸引讀者的第一要務,可嘗試運用圖像解構式方式繪圖或建立圖表。(蘋果日報記者 王烱華先生)

據上述觀點,「視覺整合」的版面設計將成為在激烈的競爭中的主要行銷策略,報紙版面設計的主要目的是為了吸引人並且貼近讀者需求,進而提升產品的市場佔有率。因此,成功的版面設計可以說是行銷報紙的利器;而成功的視覺整合版面設計,更是在第一時間吸引讀者的重要關鍵。

(二)內容呈現一

依據修正式德菲法問卷結果,新聞內容的類型、流暢程度、正確性、消息來源的可靠性以及專業深度等,都是閱讀者是否願意花時間去閱讀的重要性指標,此外,在現代社會中,資訊多樣本是民眾追求真理之必要因素,因此,報紙提供之正確資訊一直扮演了影響社會輿論與視聽的重要角色,更是促成現代民主社會的重要推手。事實上,報紙亦應強化內容深度,以解釋性與分析性報導為主,不只告訴閱聽眾現在發生了什麼事,更要告訴閱聽人該事為何發生以及如何發生。

內容的品質,重要性無庸置疑。歷經多年實務探索,媒體界對「新聞」之特性,可以大致找到一些公認標準,但不同類型的故事,對讀者而言,影響其新聞性 大小之元素,可能依然不同。(青年日報社社長 孫立方上校)

在報紙的新聞編輯當中,字體的變化無需太多,除了「報導的知識性、娛樂性、豐富性」外,重點是圖像的視覺。(銘傳大學廣播電視學系 杜聖聰主任)新聞標題雖然有吸引性,但是新聞的標題與內文是需要符合的,新聞的內容要有專業性,可閱讀性,這是新聞的要件裡面最重要的部分。(蘋果日報記者 王烱華先生)

綜合上述觀點,在當前媒體競爭的環境下,新聞業者競爭的不只是新聞,競爭的是「觀眾的眼球」,我們都知道當「蘋果日報」進入臺灣報業市場後,對報紙內容的影響,即開始採用加大照片和標題的策略因應新競爭者帶來的衝擊,可見當報社面對同行競爭壓力時,會以圖像化的版面設計試圖區隔競爭對手,藉以吸引讀者的注意力,提高閱讀率。因此,在資訊爆炸的時代裡,新聞媒體應該要好好想想那些重要的新聞內容與議題以及如何將新聞內容與視覺化圖像整合,能讓閱聽人覺得有趣,願意主動來看?

(三)深訪寫作-

隨著讀者閱報時間逐漸減少,影視與新媒體活動力越來越強的同時,報紙所傳達的訊息將不再是「文字獨大、視覺偏廢」的思考方式,報紙圖像化亦不再是 新聞內容之「型式」或「包裝」的附屬品。事實上,不同的新聞內容並不影響讀 者對閱讀經驗的感知,然在閱讀成效上則有差異存在。

以目前發展來看,紙本讀者與數位頻道讀者的分別,似乎有愈發明顯的趨勢。兩者在人口統計變項上,似存在明顯差異;對內容的選擇,也不全然相同。相對於數位管道資訊的零碎化,讀者更希望從紙本上,獲得較完整的資訊。(青年日報社社長 孫立方上校)

數位匯流,有行業別的匯流,當然有產製端的匯流,會有橫向匯流,也會有縱

向匯流,才叫converge(融合),而青年日報在紙本、電腦與手機三種平台模式下的編輯與深訪寫作更應該要重視「視覺整合」,視覺化的效果能否吸引閱讀者是一件很重要的事情。(銘傳大學廣播電視學系 杜聖聰主任)

雖然現在年輕人都運用網路很少在看報紙,可是到了某種年齡,還是花時間看紙媒,會定下心來看報紙,看網路的東西,手機上滑過,一個頁面能看到70%的字,一段一段細讀是不可能的,雖然網路很快速,但在腦中留下的印象不是那麼深刻的,比不上紙媒。(蘋果日報記者 王烱華先生)

不論在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容等這上面,如果沒有辦法從當天的第一個新聞跟你的頭版新聞,或者是其他副標的新聞來講,無法吸引讀者想要去閱讀的話,那一切都不重要了,但若是頭版版面設計的新聞標題與圖文內文不符,便會產生狼來了一樣的笑話,因此,除了新聞的標題,新聞的版面是吸引讀者的第一要務,新聞內容還是要有專業性,要讓讀者的可閱讀性,這是所有新聞的那個要件裡面最重要的部分,然後也能夠讓讀者去想願意知道一些東西的時候,或者是一些新聞性的話,他們便會越來越會想要再去深入的瞭解這份新聞。(蘋果日報記者 王烱華先生)

基於上述論點,綜合本題各專家學者之論述,可知記者、編輯的深訪寫作與新聞內容的呈現、圖像化的思考、頭版版面設計以及視覺的整合,有著密不可分的關聯,報紙版面綜合文字、照片、圖像,主要用來傳達新聞,因此,無論版面如何設計,最重要的是讀者能否有效地接收新聞訊息。又不同類型新聞內容應搭配何種資訊圖像有其正面價值,可彰顯圖片的視覺效果,亦可在短期記憶進入長期記憶的編碼過程中,促進訊息的傳達,提高讀者對訊息認知的回憶度,達到報紙傳遞資訊的最終目的,這是一件很重要的事。基此,依據人的印象觀念,如果我看了今天的這份報紙頭版的時候,看了第一眼,大概以七秒鐘來算,我要不要買這一份報紙,前面三秒鐘的印象就決定了我是否要購買這份報紙,因此標題不夠好,版面不夠明確、不夠漂亮,新聞標題與內容不符,閱讀者就不會想要繼續

去閱讀下去,也就失去了報紙改版後的效益了。

(四)深層解釋-

本研究為求慎重,在訪談最後特別請專家針對德菲法三回合問卷中無法聚斂 成為指標的題項提出個人看法,其藉由深度訪談的相互探討,瞭解這些指標未能 被聚斂的深層因素。

隨著現代人接觸媒體頻道的增加,所受到的刺激亦趨多樣化,可能都改變了其 對傳統版面美學要素的看法,故導致某些指標無法形成聚斂。(青年日報社社 長 孫立方上校)

在「報版版面標題」構面上,「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等題項上,以前也許會很重視,但現在,則持保留態度。(銘傳大學廣播電視學系 杜聖聰主任)

問卷的製作與演算法,某些題項已經涵蓋在裡面了,導致受測問卷的人產生誤解或錯覺,進而使受測者對問卷的題項產生不同的認知。(蘋果日報記者 王 烟華先生)

綜上所述,學者、專家普遍認為,由於每個人的專業與背景不同,看問題的立場 與角度也自然有所差異,因此有部分題項沒有達成共識是正常的現象,但這並不表示 這些題項完全不重要,只是大家在「重要程度」認知上的不同罷了,此外,部分題目 在定義上未臻完善,說明敘述過於籠統,形成一個解讀上的問題,也是可能導致專家 的意見產生分歧的主因之一,也可能導致專家學者在填答時有不同的解讀。而這些缺 失在往後的研究中,都應該加以改正,俾使問卷更臻完善。

以上係本研究針對20位學者、專家與一般閱聽眾所實施的三回合修正式德菲法問 卷以及與3位學者、專家深度訪談的資料分析與解釋,在接下來的章節中,將針對上 述研究發現做一完整總結並提出相關具體建議。

第五章 研究結論與建議

根據青年日報社在 2017 年改版案內所述⁴,青年日報社本身認為改版前因版面太大,讀者不便攜帶,故經多方研討並參酌美軍發行「星條旗報」小型報及捷運報、旺報等尺寸,乃決定青年日報將縮小為小型報。頭版呈現部分,仿效美軍「星條旗報」雜誌封面作法,以 1 至 2 張精美圖片搭配編排美化;內版呈現部分,過去文字過多,早已不適合現代人閱讀習慣,透過此次改版亦大幅增加精采圖片比例、降低文字敘述,輔以美化版面活潑風格,期能吸引年輕官兵讀者注意,以爭取短暫閱讀青年日報,增加接觸各類國防施政資訊的機會。

事實上,報禁解除後,隨著政治民主化的腳步,媒體環境蓬勃發展,除了書籍印刷技術的演變之外,新科技的出現,使數位影音技術逐步成熟,促進了文字與圖像間的消長。然而,面對網路科技的發達,「青年日報」在改版後,其作業方式、價值、傳播方式等,都已逐步調整中,不以舊力量方式來建構媒體,而是快速與閱聽人站在一起,採取新力量的精神,並扮演新聞產製協調者的角色,至於改版後如何將閱聽眾納人新的新聞報導與產製體系,藉以吸引更多讀者願意閱讀「青年日報」,仍將是青年日報社未來幾年最嚴肅的課題。因此,為了能了解報紙改版時哪些是重要的指標效果,本研究採用相較過去德菲法研究更為嚴格的聚斂統計標準,來求得各指標題項精確的「重要程度」,另一方面,由於報紙改版之範疇包羅萬象,且改版的過程相當複雜,因此本研究為求周延,俟完成三回合的德菲法問卷後,再透過深度訪談法,邀請 3 位專家學者針對當前報業中,哪些是報紙改版後須注意的事項且可能會較易吸引閱聽眾的關注,或是青年日報改版後面臨的困境提出具體建議,並針對問卷中未能據斂的題項提出個人的見解。

⁴ 同註3

第一節 研究結論

總體來說,本研究針對研究問題一、研究問題二與研究問題三,原題項總數共 55 題,經過三回合的修正式德菲法問卷實施後(第一回合新增題項 2 項,已達一致性指標 6 項;第二回合已達一致性指標 18 項;第三回合已達一致性指標 9 項),完成聚斂已達一致性題項計 33 題,共完成了 5 大構面項指標,為俾利讀者閱讀及查詢,茲將三回合德菲法問卷題項之「重要程度」、「四分位差」、「一致性判斷」統計結果綜整於同一表格內(詳細資料請參照附錄 1),後續將針對各回合指標統計結果提出建議。由於本研究德菲法在第一回合中有專家針對部分題項內容提出意見,因此在第二回合中,有部分題項依專家建議予以增修(附錄 1 中以斜粗字體顯示之題項)。由於這些題項在第二回合才增修,故其重要程度排序應比照第一回合,同理,第三回合之重要程度排序應比照第二回合。

本研究對「重要性程度」之區分,首先係依據各指標題項在「幾回合內完成聚斂」,其次再依「重要程度」與「同意度次數分配百分比」來判斷,即「一回合內完成聚斂」,再者判斷重要程度,即「非常重要」優先於「很重要」,「很重要」優先於「重要」,依此類推,最後,再依照各指標題項的「同意度次數分配百分比」來作為軍報改版後,在報版版面內容與編版的處理順序。簡言之,優先處理順序判斷係依據「聚斂回合>重要程度>同意度次數分配百分比」,例如:「一回合內」完成收斂的指標題項均優先於「兩回合內」收斂的指標題項;「非常重要 57%」的指標題項優先於「很重要 72%」的指標題項;「很重要 78%」的指標題項優先於「很重要 65%」的指標題項。而軍方管理者與編輯群爾後在面臨軍報改版時,可對照本研究指標之「重要性程度等級」區分,快速檢視當前改版重點是否能有效吸引閱聽眾認同,將有利於國軍單位未來從事軍報經營管理時參考運用。

本研究依據上開標準,劃分指標重要性程度為三個層次,共9個等級,等級1

至 3 為「高重要性」層次,此類指標均在一回合內完成聚斂,代表專家普遍認為是類指標在軍報面臨改版時,對於能否吸引閱聽眾閱讀甚為重要,建議在改版時在版面編輯上應視為優先重點處理;等級 4 至 6 為「中高重要性」層次,此類指標均在二回合內完成聚斂,建議面臨軍報改版時,在新聞報導內容與版面編排的同時能多以貼近讀者的思維與想法來調整編版策略,以達到更佳的效果;等級 7 至 9 為「中重要性」層次,此類指標均在三回合內完成聚斂,建議可先深入觀察各業界報版規劃與發展風向,再行妥擬編版策略,國軍可依指標重要性層次的高低,來即時進行判斷並研擬改版策略,茲將指標重要性程度等級依序臚列如次。一、重要性程度等級 1 (高重要性層次):

承上所述,第一回合問卷施測後所新增之題項,將列為第二回合新增及修訂之題項實施,因在第一回合中並無資料,故其統計結果對重要程度的排序應比照第一回合,基此,由附錄 1 中可以發現,在一回合內,並無任何指標之重要性程度評估為「非常重要」,故本研究依統計結果無指標歸類為「重要性程度等級 1」。二、重要性程度等級 2(高重要性層次):

其次,「標題字體的大小」(很重要 60%,QD=0.375)、「標題的知識性」(很重要 60%,QD=0.00)、「新聞報導內容的類型」(很重要 55%,QD=0.375)、「新聞內容閱讀流暢程度」(很重要 55%,QD=0.375)、「報紙『同一版面』的新聞照片組合程度」(很重要 60%,QD=0.375)、「報紙新聞照片內容喜好程度」(很重要 55%,QD=0.375)等 6 題,專家、學者們評估為「很重要」,乃是在一回合內即完成聚斂之次重要指標。顯見編輯在針對新聞標題下標時,標題字體大小、是否具知識性、呈現關鍵字以及新聞報導內容的類型與閱讀的流暢程度,在改版的過程中,均有助於吸引閱聽眾閱讀,且對於閱讀者來說是一項重要的指標。換言之,照片能夠美化版面吸引注意、並且輔助說明內容。對報社編輯而言,可以是美化版面不可或缺的東西,而且可以隨時用來調節處理稿件被刪或換掉時的情況。這也說明了圖像化的編輯確實較易吸引讀者的目光,也讓人更容易、也更願意閱讀。因

此報紙在改版過程中,報版版面的編排與設計採用視覺圖像化的編輯策略,站在 閱聽眾日常生活的角度來呈現新聞內容,且新聞照片組合排列方式,是否讓人感 到舒適,對於閱聽眾來說,有助於成功地吸引許多讀者。故本研究依統計結果將 其歸類為「重要性程度等級 2」之指標,就整體意義而言,屬於高重要性層次,應 視為重點處理。

三、重要性程度等級3(高重要性層次):

第三,在一回合內,並無任何指標之重要性程度評估為「重要」,故本研究 依統計結果無指標歸類為「重要性程度等級 3」。

四、重要性程度等級4(中高重要性層次):

在兩回合內完成聚斂之指標中,計有「標題文字的吸引程度」(非常重要 75%,QD=0.375)、「新聞內容的『正確性』程度」(非常重要 90%,QD=0)、「新聞報導的『消息來源可靠性』程度」(非常重要 75%,QD=0.375)、「新聞報導的專業深度」(非常重要 85%,QD=0)等 4 題,學者、專家評估程度為「非常重要」,由此可知,在報版版面當中,「標題」佔有十分重要的地位,是新聞的中心或重點,把新聞的主要內容和精粹部份提煉出來,引起讀者的興趣。此外,消息來源的可信度可決定一個人使用該管道尋求資訊的可能性,且閱聽人會因為消息來源的專業程度、個人的態度以及對於某些特定資訊的依賴,而積極去尋求資訊的解答以獲得滿足,故本研究依統計結果將上述指標歸類為「重要性程度等級 4」之指標。建議青年日報在面臨改版作業的同時,對報社的編輯來說,標題如何處理,就變得相當重要,編輯在下標題時,應特別注重提示新聞的主要內容、表現新聞的重要性或影響性、表現報紙的特色(嚴肅性或趣味性)、說明新聞的發展趨勢、進而呈現出滿足閱聽人資訊尋求行為模式與符合網路特性的傳統報及電子報。

五、重要性程度等級5(中高重要性層次):

承上,在兩回合內完成聚斂之指標中,學者、專家評估為「很重要」的指標 計有「標題字數多寡」(很重要 70%,QD=0)、「標題色彩的豐富性」(很重要 65%, QD=0)、「主標題與子標題契合程度」(很重要 65%,QD=0.375)、「標題的運用」(很重要 60%,QD=0)、「新世紀勁旅版』新聞的專業程度」(很重要 70%,QD=0)、「新聞資訊圖表的內容」(很重要 75%,QD=0.375)、「新聞照(圖)片數量」(很重要 60%,QD=0.375)、「報版整體『印刷套色』程度」(很重要 60%,QD=0)、「報紙新聞事件的『照片呈現方式』喜好」(很重要 70%, QD=0.375)、報紙新聞「主標題」的字型樣式(很重要 65%,QD=0)、「對報紙新聞所搭配的圖片圖表喜好種類」(很重要 60%,QD=0.375)、「報版版面圖文編排」(很重要 70%, QD=0.375)、「軍種報報紙內容新聞寫作方式程度」(很重要 55%,QD=0.375)等 13 題,故本研究依統計結果將上述指標歸類為「重要性程度等級 5」之指標,就整體意義而言,屬於中高重要性層次。

六、重要性程度等級 6(中高重要性層次):

接次,在兩回合內完成聚斂之指標中,學者、專家評估為「重要」的指標僅有「軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度」(重要 65%,QD=0)等 1 題,顯見閱讀者對於「軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度」雖有部分歧異,但大多感覺仍有其重要性,實務上可解讀為閱讀者認為此種夾報方式,其實質重要性,仍待後續觀察,故本研究依統計結果將上述指標歸類為「重要性程度等級 6」之指標。七、重要性程度等級 7 (中重要性層次):

續上,本研究三回合內完成聚斂之指標,計有「頭版版面製作的獨特性」(非常重要 75%,QD=0.375)等 1 題,由此可知,隨著信息化時代的來臨,大眾市場不斷分化,許多讀者對於訊息的獲得與要求亦越來越高,導致報紙改變版面成為眼下許多報紙提高競爭力與影響力的重要手段之一,故本研究依統計結果將上述指標歸類為「重要性程度等級 7」之指標。

八、重要性程度等級8(中重要性層次):

續言之,本研究三回合內完成聚斂之指標,計有「新聞內容字體的大小」(很重要 60%,QD=0)、「新聞報導題材的廣泛性」(很重要 60%,QD=0.375)、各

版面「色彩豐富性」程度(很重要 70%,QD=0)、報紙使用的標題大小喜好(很重要 65%,QD=0.375)、「版面」色彩呈現喜好(很重要 70%,QD=0)、報紙的哪些「美術編輯」手法,可以增加閱讀的動感及變化性(很重要 75%,QD=0)、軍種報標題文字的吸引程度(很重要 55%,QD=0.375)、軍種報報版內圖片的編排程度(很重要 60%,QD=0.375)等 8 題多數學者、專家評估為「很重要」,由此可知,舉凡在報紙版面上的所有元素,包括「標題、圖片和文字」等元素組合的最後版樣幾乎都是報紙版面的最主要部分,也是報紙形式呈現的重點,仍值得相關單位注意,故本研究依統計結果將上述指標歸類為「重要性程度等級 8」之指標。九、重要性程度等級 9(中重要性層次):

最後,本研究三回合內完成聚斂之指標,並無任何指標之重要性程度評估為「重要」,故本研究依統計結果無指標歸類為「重要性程度等級9」。

綜上所述,青年日報身為軍報媒體先鋒,為順應時代潮流,積極進行報版改版作業,惟未來仍須以提升報導品質及可讀性為吸引閱聽眾閱讀之重要手段,並積極運用臉書、軍事新聞網、Flickr網路相簿平台等網路傳播優勢,提供優質服務,並以更貼近閱聽眾的閱讀模式來編輯報紙,相信更能有效宣揚全民國防教育,以發揮軍事文宣傳播能量。



National Defense University

第二節 研究建議

本研究的第一個研究問題為:**青年日報改版後,在消息來源、題材選擇、新 聞報導的內容與主題上,重要的指標效果呈現如何?**經過三回合的德菲法問卷聚 斂後,完成33項指標建構,這些指標代表閱聽眾普遍認為其所述的類型足以吸引 其關注,進而增加閱讀意願,故研究問題一透過德菲法問卷聚斂後已獲得解答; 而第二個研究問題為青年日報改版後,其紙本在軍事新聞方面的知識性與專業程 度以及滿足閱聽人資訊尋求的重要的指標效果呈現如何? 本研究採用比過去修正 式德菲法更嚴格的聚斂參數(四分位差小於 0.5 或意見分佈百分比 80%含以上), 更精確的求得了各項指標的重要性排序,大部分專家學者均認為青年日報在軍事 新聞的專業程度,是促使閱聽眾想要獲得軍事專業領域知識的重要依據,因此研 究問題二亦獲得解答;第三個研究問題為**青年日報改版後,在印刷程度、編版設 計與整體視覺上,重要的指標效果呈現如何?**而在深度訪談中,專家學者亦給予 許多寶貴的建議,特別是視覺化整合部分,均認為報紙在編版印刷及整體視覺上 的整合,將有利吸引閱聽眾閱讀,積極刺激眼球效應,值得國軍參考,故當前雖 然無法解決國軍報紙改版上全面性的問題,但針對本研究所提之問題,仍獲得了 初步的解答。基此,經過修正式德菲法三回合問卷施測與學者、專家之深度訪談 的意見整合後,本研究分別從理論與實務面提出相關建議如下:

壹、理論上:

- 一、建構軍事新聞內容的專業性、消息來源可靠性與正確性,滿足閱聽眾的「資 訊需求」:
- 一些傳媒研究學者發現,尋求和實際獲得的滿足之間存在一些差異,而這些 差異會導致人們在媒體消費的行為中產生變化以減少兩者之間的差異。傳統的理 論認為媒介在傳播過程中的主要任務是說服受眾,受眾是被動的,而"使用與滿 足"研究把受眾看作是有著特定"需求"的個人,他們的媒介接觸活動是有特定

需求和動機並得到"滿足"的過程。是從閱聽人社會及心理的「需求」開始發展, 產生對於大眾媒介或其他來源的「使用」與「期望」,進而形成「需求的滿足」。

盧鴻毅、陳姿蓓曾於2009年在「影響透過Yahoo!奇摩人口網站尋求新聞資訊意願的因素」論文中提及「媒介可信度」是一個人針對消息來源「信賴」與「專業」程度的一種主觀的判斷或感覺,例如:盧鴻毅、余永昌、陳素燕及涂豔華等人(2007)所進行的調查發現,受訪者對網路資訊可信度的評價會影響他們上網尋求資訊的意願與行為。由此可知,消息來源的可信度可能決定一個人使用該管道尋求資訊的可能性。此外,人們為了能得到某些事物的資訊,便會積極的尋求不同的方式藉以獲得資訊,以達到使用與滿足的需求,而專業報紙就深度而言,可以傳遞專業的知識,就廣度而言,可以普及現代知識,或報導專業問題。

基此,將之與上一章節修正式德菲法問卷中,有關「報版內容構面」方面進行比較,在「新聞報導的類型」、「新聞內容閱讀的流暢程度」、「新聞內容的正確性程度」、「新聞報導的專業深度」,其重要程度均在「很重要」以上,特別是「新聞內容的正確性程度」、「新聞報導消息來源的可靠性程度」、「新聞報導的專業深度」這三項指標題項,其重要程度在「非常重要」以上,而深度訪談中,青年日報孫立方社長也提及,隨著現代人接觸媒體頻道的增加,所受到的刺激亦趨多樣化,讀者更希望從紙本上,獲得較完整的資訊,而新聞內容的品質,其重要性無庸置疑。

由此可知,建構青年日報軍事新聞報導的專業深度、正確性以及可靠性,對於閱聽眾而言,有著以及積極想要獲取資訊的需求,因此閱聽眾為了滿足其個人對於軍事專業報導的需求,便向青年日報這樣的軍事專業報紙進行資訊尋求行為。

二、有效運用視覺化方式設計標題與資訊圖表、提高閱讀者閱報率:

在報禁解除、電腦排版技術興起後,報紙的版面,因為多了照片、彩色畫頁等需要做處理,使得可讀性方面也相對提高。而在版面創新方面,包括以塊狀組成代替走欄、增設首版,以做為顯著的新聞題要與內容索引、字體放大、行距加

寬等,另外標題也再不刻意講求對仗,而是強調以簡單易讀及生動有力的方式讓 讀者快速吸收與閱讀(王天濱,2003)。于鳳娟(2002)曾指出,版面及版次、 字體、圖像及照片是決定報紙版面最重要的四個元素。而標題、內文、圖說、照 片等四個要件,更是報紙版面的最主要部分。

而報紙版面運用圖表,可以幫助讀者理解新聞事件發生中的空間、時間、或數量間的關係,而「資訊圖像」泛指各種統計圖、表格、地圖或示意圖,結合數字,用途在將複雜的資訊以清楚簡單的方式呈現。Kenney & Lacy(1987)也曾經對報紙競爭程度(以發行量作為指標)以及圖像運用之關連性進行研究,結果亦指出當競爭趨於激烈時,版面的照片、圖表等比重都會相對增加。且絕大多數的讀者認為彩色版的吸引力遠超過黑白版,讀者對於頭版使用色彩的報紙評價高於未使用色彩的報紙。

從上一章節修正式德非法問卷中可知,在「報版版面標題」、「報版版面編排設計」、「報版印刷程度」等構面上,有關「標題文字的吸引程度」、「印刷套色程度」、「色彩豐富程度」、「照片呈現方式」、「圖文編排」、「資訊圖表搭配」等題項指標,其重要程度均在「很重要」以上,而深度訪談中,銘傳大學廣電系主任杜聖聰老師也提及,一個版面的視覺的要素,包括內文、標題、相片、圖、表五大構面,這個部分要有標準的SOP,有了標準的SOP,就容易進行套版的工作了,另外針對版面的視覺化部分,杜聖聰主任也提出個人的觀點,認為在版面設計上,美編很重要,能否將視覺化的圖像整合,才是吸引閱聽眾願意閱讀的重要關鍵;同時在數位匯流的時代中,青年日報改版後,在紙本、網路、手機APP,切忌多頭馬車,分開編排,因此,這三個方面必須做一個整合,才能讓資源有效運用,發揮極大化效果,最終達到三贏局面。

基此,青年日報隨著科技發展的趨勢,為了能呈現出滿足閱聽人資訊尋求行為模式與符合網路特性的傳統報及電子報,進行改版作業,目的除了提高閱報率外,建議必須要讓新聞報導的內容與版面的編排能更貼近讀者的思維與想法,才

能吸引閱聽眾的目光,提高閱報率。

三、強化頭版版面製作的獨特性、刺激閱讀者閱讀與購買意願:

目前,隨著信息化時代的來臨,大眾市場不斷分化,許多讀者對於訊息的獲得與要求亦多向電視、廣播、網路傳媒靠攏,導致報紙改變版面成為眼下許多報紙提高競爭力與影響力的重要手段之一。事實上,版面是報紙的形象代言,亦是報紙發言的一種手段,而版面設計是報紙內容編排的整體表現,特別是頭版版面,他具體的反映出報紙對現實生活的態度,也反映出了報紙的個性。好的版面讓人閱讀起來不僅心曠神怡,從而激發讀者的美感情緒,吸引讀者有興趣地去閱讀。

根據上一章節修正式德菲法問卷中,在「報版版面編排設計」構面上,有專家學者提出「頭版版面製作的獨特性」,其重要程度有75%認為在「非常重要」以上,而深度訪談中蘋果日報記者王烱華先生也提及,依據我們人的印象觀念,第一眼看報紙頭版時,以七秒鐘來算,前面三秒鐘的印象就決定了是否要繼續閱讀或購買這份報紙,因此,不論在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容等這上面,如果沒有辦法從當天的第一個新聞跟你的頭版新聞,或者是其他副標的新聞來講,無法吸引讀者想要去閱讀的話,那一切都不重要了。

綜上所述,在面對報紙競爭生存壓力的環境之下,青年日報不同於一般民營 媒體,須肩負國防政策宣導使命,推廣全民國防認知;戰時,更是民心士氣激勵 者。尤其在民間遭受重大災變時,一般媒體無法進入災區(例如九二一大地震、 梅姬颱風等),只有青年日報能進入災區,把第一手消息迅速傳遞出來,把民眾 關懷災民之情傳遞進去,撫慰民心、穩定社會秩序,充分證明青年日報是國家社 會不可或缺的重要媒體,也只有青年日報能將軍事新聞專業的報導內容呈現給閱 聽眾,因此,建議青年日報在改版後應加強頭版版面製作的獨特性,才能吸引更 多閱讀者閱讀與購買。

貳、實務政策上:

一、依照效果表現指標重要性程度,決定改版後報版編版緩急處理順序:

由於國軍新聞專業人力有限,為能使最少人力發揮編報最大效益,建議相關

單位爾後從事報紙改版時,可參照本研究劃分之 9 個指標重要性等級程度,設定報版改版處理的緩級順序。「高重要性」層次之指標代表專家普遍認為是類指標在軍報面臨改版時,對於能否吸引閱聽眾閱讀甚為重要,建議在改版時在版面編輯上應視為優先重點處理;對於「中高重要性」層次指標,建議面臨軍報改版時,在新聞報導內容與版面編排的同時能多以貼近讀者的思維與想法來調整編版策略,以達到更佳的效果;而「中重要性」層次則建議可先深入觀察各業界報版規劃與發展風向,再行妥擬編版策略。

二、以閱聽眾立場思考,強化視覺化圖像整合:

從上一章節研究中發現,在「報版版面編排設計」與「報版印刷程度」構面兩方面可知,閱聽眾對於「圖(照)片組合」、「色彩豐富性」、「印刷套色」等,其重要程度均在「很重要」以上,除了表示這樣的特性足以吸引閱聽眾外,也說明了視覺化的圖像確實能夠滿足公眾胃口。因此,在改版後,應多注意新聞內容中是否存在圖像資訊,編輯在進行編版時,應盡量以圖像為主,盡可能簡化文字,或融合於圖片之中,或以圖表方式呈現,較能吸引閱聽眾的目光。另外,在「報版內容」構面中可知,閱聽眾對於「新聞內容的正確性程度」、「消息來源的可靠性」、「報導的專業深度」等,其重要程度也均在「很重要」以上,因此,編輯群除了要遵守「新聞專業道德」,掌握新聞消息來源,不譁眾取寵,為爭取閱報率而做新聞報導,才能展現軍事新聞的專業性與獨特性;同時也必須要從「閱聽眾的角度」去「感知」新聞內容的涉入性,簡而言之,就是要把自己當成是閱聽眾,去嘗試感受閱聽眾接受到新聞時可能會產生甚麼想法,盡可能以貼近閱聽眾角度來報導新聞。

此外,當今主流閱聽眾資訊閱讀模式,已從過往長時間、深度閱讀,轉變為短時間、迅速瀏覽方式。青年日報內部讀者意見調查結果亦顯示,官兵每週閱讀青年日報約1-2天、每次時間不到10分鐘。讀者希望增加數位媒體內容(含電子報、社群媒體)等。因此,建議改版後除調整版面大小及編排風格,亦應增加電

子報內容以及與網路平台做連結,將軍事新聞的知識利用網路平傳遞給閱聽眾, 以更貼近讀者閱讀模式。

三、整合各軍種報刊、將紙媒效益發揮極大化:

依據 2015 年青年日報「讀者意見調查報告」顯示,軍種報廣泛刊登部隊新聞、柳營花絮與訓練班隊流路等資訊,與基層關聯性高,因此官兵偏好閱讀軍種報。 而青年日報礙於報社政策與版面,議題方面無法充分展現優勢。而本研究在上一章節當中,經過三回合德菲法問卷及深度訪談結果顯示,在「軍種報夾報效益構面」方面,專家學者對於軍種報併隨青年日報夾報的感覺程度大多能認同,且認為「標題文字吸引」、「圖片編排」、「新聞內容寫作」等指標上趨向一致,建議未來青年日報在朝向整併陸軍忠誠報、海軍忠義報、空軍忠勇報、後備忠愛報及憲兵忠貞報之印刷、發行方向規劃等應納入編輯考量,並持續透過國防文宣資源整合,撙節支出,除減少用紙、愛護環境,並能強化青年日報軍事專業特色,達到雙贏局面,同時藉由整合方式,將軍事專業報紙做極大化效益的發揮。

總之,以上建議事項,冀望能提供「青年日報」在報版改版後之整體編版設計策略與未來改革及規劃方向等參考,讓「青年日報」持續為讀者提供更好的服務、更快速且準確的報導,也更能吸引年輕世代的青睞。



National Defense University

第三節 研究限制

由於本研究之資源及能力有限,以下本節擬就本研究在設計上、方法上以及 研究者的資源能力上之限制,期使未來對相關領域有興趣之研究者參考改進,茲 逐一詳細說明如次:

- (一) 本研究在建立專家學者名單上採取三項指標:專家學者參與的意願、專業 能力以及多樣化的代表性。另為了使德菲小組成員更具代表性,本研究擬 從產界、官界、學界與一般閱聽眾方面著手,在業界方面,考量本研究係 探討「軍事專業報紙改版後的效果表現」,故以當前最常接觸與發佈軍事 新聞的記者為首選,即蘋果日報記者王烱華、中國時報記者呂昭隆、聯合 晚報採訪組副主任高凌雲、聯合報記者程嘉文、自由時報記者羅添斌等 5 人。在官方方面,本研究以實際從事青年日報報版改版經營策略日對於軍 事新聞工作有豐富經驗之軍官為主要遴選對象,即青年日報社長孫立方、 青年日報副社長兼總編輯方正、青年日報副總編輯楊宏康、青年日報數位 組組長王勇智、青年日報採訪組組長黃一翔等 5 位。在學界方面,由於軍事 專業報紙的改版與新聞傳播有密切相關性,故本研究以具有軍事背景,或 從事國際傳播研究領域、軍事新聞傳播研究領域,有相關專長之學者為主 要遴選對象,即中華日報社長黃肇松教授、銘傳大學傳播學院院長暨傳播 管理學系主任倪炎元教授、康寧大學閻亢宗副教授、世新大學新聞學系周 慶祥專任助理教授,然世新大學新聞學系羅彥傑專任助理教授(因個人公 務繁忙,故僅實施第一回合問卷,第二回合起問卷改由銘傳大學廣播電視 學系主任杜聖聰專任助理教授實施)等5位。
- (二)因報紙改版會隨時間不斷變化,本研究所列指標題項僅能依據所整理之文獻,盡可能設想符合當前現況的問卷,其廣度未必能涵蓋當前所有的報紙改版之議題,尚有賴後續研究者針對報紙改版議題進行更細緻的內容分

析,以為爾後問卷修正之參據。

- (三)本研究德菲法問卷中之指標說明,有部分指標題項說明未臻詳盡,定義不清,可能使專家對同一題項產生不同解讀,例如:軍種報有很多種,到底是指哪一種,但問卷中並未明確說明「軍種報」所涵蓋的項目,因此也可能影響專家評估重要性的判斷,且因本研究題項運用李克特六等量表,從「非常重要」到「非常不重要」,區分了「重要性」與「不重要性」,可能使專家陷入題目的重點錯置的謬誤,因為專家在評估指標重要性時,可能將評估重點置於「重要」,也可能置於「同意」,而使部分指標題項無法達成共識。
- (四)由於本研究 20 位專家的研究領域或專業不盡相同,在部分題項指標之重要性評估上,可能會堅持自己專業領域的立場,而使題目難以達成共識,例如:專家評估指標「軍事專業性」時,是否具備深入的軍事及國際關係知識,如果是那麼專家可能認為重要,如果只是一般的傳播學者,可能就難以體會其重要性。
- (五)本研究所探討之版面僅限於平面報紙上,而現今科技進步,網路電子報的 出現也替大眾帶來更多便利性,因此建議後續研究者可對電子報版面設計 做研究,也可探討軍事專業報紙的版面設計偏好與購買意願之關聯性。

總體來說,國軍報紙改版編版的過程相當複雜,且可能導致的因素難以單就問卷或深度訪談便能得到完整之結論,而本研究所建構之 5 大構面 33 項指標,係專家、學者們認為在當前的報業競爭環境與社會脈絡下,吸引閱聽眾閱讀報紙時最重要的特點,亦可作為國軍報紙改版效果的重要指標。建議未來思考的方向,可朝向如何具體運用正面議題,與社群媒體的溝通策略作為研究目標,找出當前國軍在報紙改版後管理與運用上的缺失,使國軍在新媒體場域得以運籌帷幄,進退得官,與廣大閱聽眾創建良善的媒體溝通環境。

參考文獻

一、中文部分:

- 于鳳娟(譯)(2002)。《報刊編輯手冊》。台北:五南。(原書 Harrower, T。[1998]。
 The Newspaper designer's handbook. Blacklick, OH:McGraw-Hill.)
- 中華民國國防部(2007)。《國軍政治作戰要綱》(編號:2411)。台北:國防部政治作戰局。
- 中華民國國防部(2017)。《國軍各軍種報併青年日報印製、運送實施作法》。台北: 國防部。
- 中華民國國防部「國防報告書」編纂委員會(2015)。《中國民國 104 年國防報告書》。台北:五南出版社。
- 中華民國國防部青年日報社(2012)。《輝耀一甲子》。台北:青年日報社。
- 方鵬程(1987)。〈專業報紙的未來展望〉、《中央月刊》,205:68-70。
- 王天濱(2003)。《臺灣報業史》。台北:亞太。
- 王文科(1999)。《教育研究法》(五版一刷)。台北:五南。
- 王石番(1971)。《「民族晚報」「大華晚報」加強競爭前、後的內容分析》。政治大學新聞研究所碩士論文。台北:未出版。
- 王隆綱(2015)。《國軍對新媒體議題溢散指標建構之研究》,國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 朱建民(1996)。〈專業倫理教育的理論與實踐〉,《通識教育季刊》,3(2),33-56。
- 何慧卿(1998)。《台北市、嘉義市私立托兒所教保人員薪資、福利、工作狀況與 滿意程度之研究》。文化大學兒童福利研究所碩士論文。
- 吳雅玲(2001)。〈德懷術及其在課程研究上的應用〉,《教育研究》。9:97-306。
- 吴雅玲、謝臥龍與方德降,2001。〈中等教育學程中兩性平等教育課程內涵之德懷

- 術研究 〉。《課程與教學》,4(4),39-58。
- 呂東熹(2004)。〈民國九十三年臺灣報業概況〉,《94出版年鑑》,28-33。
- 宋文娟 (2001)。〈一種質量並重的研究法-修正式德菲法在醫務管理學研究領域之 應用〉。《醫務管理期刊》,2(2),11-20。
- 李天任、藍莘譯(1995)。《大眾媒體研究—導論》。台北:亞太。(原書 Roger D. Wimmer and Joseph & Dominick。[1991]。Organizational innovation: a meta analysis of; effects of determinants and moderators.)
- 李欣青(1996)。〈多媒體的色彩運用〉。《教學科技與媒體》,28,38-45。
- 李芳甄(2002)。《虛擬攝影棚在臺灣電視節目製作之發展與應用》。國立臺灣師範 大學圖文傳播研究所碩士論文。
- 李金銓(1981年7月15日)。〈專業性報紙的價值和必要〉,《聯合報》,第八版。
- 李金銓(1995)。《大眾傳播理論》。台北:三民出版社。
- 李美枝(1987)。《社會心理學:理論研究與應用》。臺北市:大洋。
- 李貞怡(2004)。〈報業市場結構與內容多樣性之研究〉。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 李貞怡、李秀珠(2006)。〈臺灣媒體競爭市場之報紙內容多樣性研究〉。《新聞學研究》,88:149。
- 沈征郎(1992)。《實用新聞編採寫作》,台北:聯經。
- 沈珮君主編(2011)。《聯合報六十年:1951~2011》。臺北,臺灣:聯合報。
- 周世豐(2004)。〈從競爭意涵解讀蘋果日報創刊前後國內三大日報在頭版版面上 之圖像差異〉、《中華傳播學會》、1-20。
- 林宜箴(2001)。《頭版設計與年輕讀者閱報效應之研究》。國立臺灣師範大學大眾 傳播研究所碩士論文。
- 林倫豪、徐昊杲。(2012)。〈保險技職教育校外實習專業能力指標之評選-修正式 修正式德菲法與層級分析法之應用〉。《保險經營與制度》。11(2): 245-282。

- 林琬真(2013)。《和樂新聞閱讀效果與內容滿意度、重要性研究》。南華大學文化 創意事業管理學系碩士論文
- 邱淑芬、蔡欣玲。(1996)。〈得爾菲預測術-一種專家預測的護理研究方法〉。《護理研究》。4(1), 92-98。
- 柯裕嘉(2011)。《報紙消費者對頭版新聞形式與內容喜好度之研究》。國立臺灣師 範大學圖文傳播研究所碩士論文。
- 柳閩生(1987):《版面設計》。台北:幼獅文化事業。
- 洪光遠譯(1992)。《組織領導》。台北: 桂冠。(原書 GaryA, Yukl。[1981]。 Leadership in. Organization.)
- 洪梧棟(2014)。《青年日報官兵讀者閱讀行為之研究:以 2013 年 7 月份改版後之 青年日報為例》。國防大學政治作戰學院新聞研究所碩士論文。
- 胡立宗(1999)。《蘋果日報-讀者要,我們就賣》。國立臺灣大學新聞傳播研究所 碩士論文。
- 范麗娟(1994)。〈深度訪談簡介〉。《戶外遊憩研究》,7(2),25-35。
- 孫秀蕙(1997)。〈網路浪潮中的專業報紙〉,《廣告雜誌》,78:16-17。
- 徐仁傑(1980)。《臺灣機械工業未來發展方向之研究—德爾菲預測法之運用》。國 立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 徐昶(1992)。《新聞編輯學》,台北:三民書局。
- 翁秀琪(2006)。《大眾傳播理論與實證》。台北:三民書局。
- 馬西屏(1998):《標題飆題》。台北:三民。
- 張文強(1995)。〈態度對新聞閱讀的影響〉,《新聞學研究》,50:125-156。
- 張文強(1997)。<報紙產業組織結構分析與再形塑-組織理論的觀點>,《傳播論文選集1997》。243-272。台北:中華傳播學會。
- 張寶誠等(2010)。〈2010 年臺灣食品工業發展趨勢之研究〉。《臺灣銀行季刊》,51 (4),71-97。

- 畢恆達 (1996)〈詮釋學與質性研究〉,胡幼慧編《質性研究:理論、方法及本土女性研究實例》,27-45。台北:巨流。
- 莊文啟(2005)。《澎湖縣國小網路資訊需求之調查研究》。國立台南大學教育經營 與管理研究所碩士論文。
- 許美瑞(2010)。〈以修正修正式德菲法探討廚師綠色職能〉。《觀光休閒學報》。16 (1):67-88。
- 郭生玉(1981)。《心理與教育研究法》。台北:大世紀出版社。
- 陳百齡(1996)。<話說「報紙圖像」>,《新聞·媒體·面面觀-新聞理論與實務》, 頁 19-33。台北:聯合報系文化基金會。
- 陳虹如(1997)。《我國醫學系營養課程內容及實施方式》。國立臺灣師範大學家政教育研究所碩士論文。
- 陳國明、彭文正、葉銀嬌與安然(2010)。《傳播研究方法》。台北:威仕曼文化。 陳崇茂(1997)。《編輯與文字的對話》。台北:博碩文化。
- 陳雪菱(2003)。《國高中生網路資訊尋求行為影響因素之研究—以台北市為例》。 元智大學資訊傳播學系碩士班網路傳播組碩士論文。
- 陳婷、李雅婷、邱媺涵等人(2010)。〈大學生偏好報紙版面設計之研究中-針對蘋果日報、自由時報、中國時報、聯合報〉、《圖文傳播藝術學報》。臺灣、台北。
- 陳雅慧(2002)。《國民小學交通安全教育課程教材之建構研究》。國立新竹師範學 院課程與教學研究所碩士論文。
- 傅文成(2006)。《國防部媒體公共關係活動規劃指標之建構》,政治作戰學校新聞 研究所碩士論文。
- 傅文成、王隆綱(2014)。《國軍面對新媒體之議題管理模式: 迫切性與應對之指標建構》。(103年國防部新聞工作專案研究)。台北市: 國防部。
- 彭家發、馮建三、蘇蘅、金溥聰(1997)。《新聞學》,台北:國立空中大學。
- 曾萬 (1988)。《臺灣地區經濟性專業報紙社論分析:1979-1987 》。國立政治大學

新聞研究所碩士論文。

- 游家政(1996)。〈得懷術其在課程研究上的應用〉,《花蓮師院學報》。6:1-24。
- 游梓翔、吳韻儀(1994)。《人類傳播史》。台北:遠流出版社。
- 黃鈴翔(2003)。《臺灣地區數位電影之現況與發展研究》。國立臺灣師範大學圖文傳播研究所碩士論文。
- 楊宜真(1999)。《傳播科技人才能力需求與學程設計原則:修正式德菲研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園(1978)。《社會及行為科學研究法》。台北:東華。
- 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園(1989)。《社會及行為科學研究法》。台北:東 華。
- 楊鳳美(2002)。《從領導、組織文化、經營策略的觀點來探討一家本土飲料公司 的成功因素》。淡江大學管理科學研究所碩士論文。
- 楊選堂(2001)。《聯合報五十年》。臺北,臺灣:聯經。
- 董家懿(2011)。《房地產資訊之置入性行銷研究-以財經性報紙與綜合性報紙比較》。國立中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 蔡佩蓉(1995)。《報社編輯選擇新聞與版面編排之研究-以大台北新聞版為例》。 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 鄭自隆(2011)。〈政策宣導效果指標之建構〉。《廣告學研究》。36:1-30。
- 鄭貞銘(1990)。《新聞採訪與編輯》,台北:三民書局。
- 鄭湧涇(2002)。 \langle 國中學生對生物學的態度與相關變項之關係 \rangle ,《科學教育期刊》,10(1),1-20。
- 錢玉芬(2007)。《傳播心理學》,台北:威什曼文化。
- 謝臥龍(1997)。〈優良國中教師特質之得懷分析〉,《教育研究資訊》。14-28。
- 謝思慧(1995)。《全民健康保險最適方案評選-修正式德菲法與層級分析法之應

- 用》。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 謝智謀、林維君譯(2000)。《統計學》。台北: 弘智文化。(原書 Hinton Perry。[1991]。

 Statistics explained: a guide for social science students.)
- 羅文輝、吳筱玫、Anna R. Paddon(1999)。<臺灣報紙頭版設計的趨勢分析: 1952-1996>,《新聞學研究》,59:67-90。
- 蘇蘅(2002)。《競爭時代的報紙:理論與實務》。台北市:時英。
- 蘇蘅、楊蕙萍(1997)。〈報紙競爭與新聞多樣化的關係分析—以高雄市四家日報 為例 〉,《中華傳播學會》,1-20。

二、英文部分:

- Adler, M., Ziglio, E. (1996). Gazing into the Oracle. Kingdom: Jessica Kingsley.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of massmedia effects. *Communication Research*, *3*, *3-21*.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of massmedia effects. *Communication Research*, *3*, *3-21*.
- Bandura, A. (1986). Social foundation of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ:Princeton-Hall.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: W. H. Freeman.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Free Press.
- Bigman, S.K.(1948). Rivals in conformity: A study of two competing dailies. *Journalism Quarterly*, 25, 127-131.

- Bogart, Leo(1989). Press and public: Who reads what, when, where, and why in American newspapers. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bogdan, R.C. and Biklen, S.K. (1982) *Qualitative Research for Education*. Allyn & Bacon, Boston.
- Bohle, R. H., & Garcia, M. R. (1987). Reader response to color halftones and spot color in newspaper design. *Journalism Quarterly*, 64(4), 731-739.
- Brink, H.J.(1981). Research Design-A modified Delphi Approach. A Study of the Effect of Computer, Communication, and Office System Technologies on Life Agency systems—An Agency Perspective(pp.37-63). (Georgia State University-College of Business Administration: University Microfilms International, 1981)
- Case, D. O. (2002). Looking for information. San Diego, CA: Academic Press.
- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Voleman, & J. A. Bargh (Eds.), Unintended thought (pp. 212-252). New York: Guilford.
- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Voleman, & J. A. Bargh (Eds.), Unintended thought (pp. 212-252). New York: Guilford.
- Chung, D. (2005). An analysis of the variables predicting instant messenger use. Paper presented at the International Communication Association 2005 annual meeting, New York, NY.
- Click, J. W., & Stempel III, G. H. (1982). "Rate of adoption of modern format by dailynewspapers." *ANPA News Research Report*, 35, 1-5.
- Cline, R. J. W., & Haynes, K. M. (2001). Consumer health information seeking on the Internet: The state of the art. *Health Education Research*, *16*, 671-692.
- Coulson, D. C., & Lacy, S. (1996). Journalists' perceptions of how newspaper and broadcast news competition affects newspaper content. *Journalism & Mass*

- Communication Quarterly, 73(2), 354-363.
- Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, *9*(3), 458-467.
- Dalkey, N.C. (1967). Delphi Report. Santa Monica. CA: Rand Corporation.
- Dawson, M. D., Brucker, P. S. (2001): The Utility of the Delphi Method in MFTResearch. *The American Journal of Family Therapy*, vol.29, no.2, pp.125-140.
- Dennis, E. E., & Merrill, J. C.(1984). *Basic issues in mass communication: A debate*. New York: Macmillan.
- Denton, G. (1992). Graphics for visual communication. Dubuque, IA: Wm.
- Dervin, B., & M. Nilan (1986). "Information Needs and Uses," *Annual Review of Information Science and Technology*, 21: 3-33.
- Dervin, Brenda. (1983) "An Overview of Sense-Making Research: Concepts, Methods, and Results to Date," Presented at International Communication Association annual meeting, Dallas, May 1983
- Elmer, F., & Seifert, I., & Kreibich, H., & Thieken, A. H. (2010). A Delphi Method Expert Survey to Derive Standards for Flood Damage Data Collection. *Risk Analysis: An International Journal*, 30(1), 107-124. doi: 10.1111/j.1539-6924.2009.01325.x.
- Escoffery, C., Miner, K. R., Adame, D. D., Butler, S., McCormick, L., & Mendell, E. (2005). Internet use for health information among college students. Journal of American College Health, 53, 183-188.
- Fishbein, M. (1967). Readings in attitude and measurement. New York: Wiley.
- Garcia, M. R. (1993). Contemporary newspaper design. New Jersey: Prentice-Hall.
- Garcia, M. R., (1987). *Contemporary newspaper design: A structural approach*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Godin, G., Gagnon, H., Lambert, L. D., & Conner, M. (2005). Determinants of condom

- use among a random sample of single heterosexual adults. *British Journal of Health Psychology*, *10*, 85-100.
- Gormley, W.T., Jr.(1976). *The effects of newspaper-television cross-ownership on news homogeneity*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Gray, N. J., Klein, J. D., Noyce, P. R., Sesselberg, T. S., & Cantrill, J. A. (2005). Health information-seeking behaviour in adolescence: the place of the internet. *Social Science & Medicine*, 60, 1467-1478.
- Green, B. et al. (1999): Applying the Delphi technique in a study of GPs' information requirements. *Health and Social Care in the Community*, vol.7, no.3, pp.198-205.
- Green, B., Jones, M., Hughes, D. & Williams, A., 1999, "Applying the Delphi technique in a study of GPs' information requirements", *Health & Social Care in the Community*, Vol.7, No.3, pp.198-205.
- Green, K., Hale, J. L., & Rubin, D. L. (1997). A test of the theory of reasoned action in the context of condom use and AIDS. *Communication Reports*, 10, 22-33.
- Haque, S.M. Mazharul(1986). News content homogeneity in elite Indian dailies. *Journalism Quarterly*, 63, 827-833.
- Hartman, A. (1981). Reaching consensus using the Delphi technique. *Educational Leadership*, 38(6), 495-497.
- Hill, K. Q., & Fowles, J. (1975). The methodological worth of the Delphi forecasting technique. *Technological Forecasting and Social Change*, 7, 179-192.
- Horwath, J. and Morrison, M. (1999) Effective Staff Training in Social Care: From Theory to Practice. London: Routledge. ISBN O-415-16030 (hbk) O-415-16031-6 (pbk), pp 370.
- Hovlland, C., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, *15*, 635-650.
- Hudson (1988) p. 1 16; Catto (1999). 85. See McLaughlin (1973) for a discussion of

- how this assumption has affected our understanding of the continental 'Free Johnson, J. D. (1997). Cancer-related information seeking. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly 4th ser.* 37-38(1973–1974): 509-23.

 JSTOR. Web. 14 Oct. 2011.
- Kenney, K., Lacy S. (1987). Economic forces behind newspapers' increasing use of color and graphics. *Newspaper Research Journal*, 8(3), 33-41
- Kenney, Keith & Lacy, S.(1987). Economic forces behind newspapers' increasing use of color and graphics. *Newspaper Research Journal*, 8,33-41.
- Keum, H., & Cho, J. (2003). A model of consumer behaviors in electronic commerce:

 Trust, information search, and Internet shopping. Paper presented at the

 International Communication Association 2003 annual meeting, San Diego, CA.
- Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2), 5-20.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand
- Lacy, S. and Fico, Frederick(1990). Newspaper quality & ownership: Rating the groups.

 Newspaper Research Journal, 42-56.
- Lacy, S.(1987). The effects of intracity competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, 64, 281-290.
- Lacy, S.(1989). A model of demand for news: Impact of competition on newspaper content. *Journalism Quarterly*, 66, 40-48, 128.
- Lacy, S.(1990). Newspaper competition and number of press services carried: A replication. *Journalism Quarterly*, 67, 79-82.
- Lin, P., Simoni, J. M., & Zemon, V. (2005). The health belief model, sexual behaviors,

- and HIV risk among Taiwanese immigrants. *AIDS Education & Prevention*, 17, 469-483.
- Linstone, H.A. & Turoff, M.(1975) *The Delphi Method : Technique and Applications*.

 Landon: Addison-Wesley Publishing Co.
- Litman, Barry R. & Janet Bridges(1986). An economic analysis of daily newspaper performance. *Newspaper Research Journal*, 7: 9-26.
- Lu Hongyi(2006)。Self-efficacy and intentions to seek online STD and HIV/AIDS
 Information: A study on junior and senior college students at a university in southern Taiwan. 《臺灣性學學刊》,12:65-79.
- Lu Hongyi, Yu Yongchang, Chen Suyan, Tu Yanhua(2007)。 Expectancy-value of Internet characteristics, perceived online information credibility, and online information seeking behavior among nurses. 文章發表於2007 臺灣健康管理學會年會。臺灣,新竹。
- Lu, H. Y., Case, D. O., Lustria, M. L. A., Kwon, N., Andrews, J. E., Cavendish, S., & Floyd, B. R. (2006). Predictors of information seeking online by international students when disaster strikes their countries. Manuscript submitted for publication.
- Marshall, Catherine & Rossman, Gretchen B. (1995). *Designing Qualitative Research (2nd edition)*. Thousand Oaks, London and New Delhi: Sage Publications.
- McGuire, William J. (1974), "Psychological Motives and Communication

 Gratification," in JG Blumler and E. Katz, eds., The Uses of Mass Communications:

 Current Perspectives on Gratifications Research.
- Mead, D. M.(1992). Innovations in nursing care, the development of primary nursing in Wales Unpublished report. Department of Health, London.
- Moen, D. R. (1984). *Newspaper: layout and design. Ames*, Iowa: The Iowa State University Press.

- Murry, J.W. & Hammons, J.O. (1995). Delphi: A versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education*, 18(4), pp.423-436.
- Oaks, Calif.: Sage.
- Ottoson, D. (1981). "Sperry has given us a new dimension on views of the higher functions of the brain". Lakartidningen . 78 (43): 3765–3773. PMID 7033697.
- Payne, R. L., Fineman, S. and Wall, T. D. (1976): Organizational climate and job satisfaction a conceptual synthesis. *Organizational Behavior and Human Performance*, no.16.
- Rarick, Galen & Hartman, Barrie(1966). The effects of competition on one daily newspaper's content. *Journalism Quarterly*, 43, 459-463.
- Rice, J. A. (2007). *Mathematical Statistics and Data Analysis 3rd ed.* Belmont, CA: Brooks/Cole CENGAGE Learning
- Rosengren, KE, Wenner, LA, & Palmgreen, P. (Eds.), (1985). *Media gratifications* research: Current perspectives. Beverly Hills, CA: Sage.
- Sharon, L.H. & Ken, W.B. (1982). Recommendations for using Delphi. WorldFuture Society BulletinMar/Apr. Landon: Addison-Wesley Publishing Co.
- T.D., Wilson, "On User Studies and Information Needs," *Journal of Documentation*, 37(March 1981),p.9
- Tai, Z., & Sun, T. (2005). *Media dependencies in the cyber age: The case of the 2003*SARS epidemic in China. Paper presented at the 2005 annual meeting of the

 International Communication Association, New York.
- Tsai, M., & Tsai, C. (2003). Information searching strategies in web-based science learning: The role of internet self-efficacy. *Innovations in Education and Teaching International*, 40, 43-50.
- Understanding Media: The Extensions of Man; 1st ed. McGraw Hill, NY; reissued by MIT Press, 1994, with introduction by Lewis H. Lapham; reissued by Gingko Press,

2003.

- Utt, S H., Pasternack S. (1985). Use of graphic devices in a competitive situation: A case study of 10 Cities. *Newspaper Research Journal*, 7(1), 7-16.
- Utt, S H., Pasternack S. (2003). Front page design: Some trends continue. *Newspaper Research Journal*, 24(3), 48-61.
- Wanta, Wayne & Johnson, Thomas J.(1994). Content changes in the St Louis

 Post-Dispatch during different market situations. *The Journal of Media Economics*,

 71(1), 13-28.
- Weaver, D. and Mullins, L.E.(1975). Content and format characteristics of competing daily newspapers. *Journalism Quarterly*, 52, 257-264.
- Zweizig, D. (1977). Measuring library use. Drexel Library Quarterly, 13, 2-15.

三、網路資料:

- 中華民國國防部。〈業務介紹〉,國防部政治作戰局政戰資訊服務網。上網日期: 2017年10月18日,取自國防部政治作戰局政戰資訊服務網, http://gpwd.mnd.gov.tw/
- 維基百科。〈星條旗報〉,維基百科網頁。上網日期:2017年10月20日,取自維 基百科網頁,

https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%98%9F%E6%A2%9D%E6%97%97%E5%A0 %B1

附錄 1 三回合修正式德菲法問卷數據統計表

報版版面標題構面:本項共9題												
			第一回合			第二回合			第三回合			
_			重	四四		重	四		重	四		
項次	指標名稱	內容敘述	要	分	判	要	分	判	要	分	判	
		400	程	位	斷	程	位	斷	程	位	斷	
			度	差	-	度	差		度	差		
	標題文字	標題的文字內	非常		未達	非常	30	已達				
1.	的吸引程	容是否能夠吸	重要	0.5	一致	重要	0.375	一致				
	度	引讀者閱讀。	50%			75%	M					
	標題字體	標題字體大小讓讀者閱讀起	很重		已達		M	1				
2.	你	來的舒適程	要	0.375	一致		17/	/				
		度。	60%				1/3	<i>y</i>				
	標題字型 的多樣性	標題字型的呈	重要		100		12					
0		現是否具有多	50%	0.5	未達一致	重要 50%	0.5		重要	0.5	未達	
3.		樣化的特性, 能夠有效吸引	不重要						70%	0.5	一致	
		能夠	y 5%	<u>a</u> x	2							
		報版版面標題	很重	-	7		0 已達					
		字數的多寡,	要			很重		9				
4.	標題字數	是否掌握新聞	45%	0.5	未達	要		已達				
	多寡	內容核心議	不重	-	一致	70%	子	一致				
	-	題,易於讀者閱讀。	要 5%			,	1					
	Na			ense	U	niv	ersi	tv				
		標題套色色彩						-)				
	標題色彩	是否讓人耳目	很重		未達	很重		已達				
5.	標翅巴杉的豐富性	一新,但又不	要	0.5	一致	要	0	一致				
		會讓人眼花撩	45%			65%						
		闵 L ~										
				İ								

6.	標題的知識性	編輯針對新聞 標題下標時, 是否具知識 性、呈現關鍵 字,可吸引讀 者注意。	很要 60% 重 要 5%	0	已達一致						
7.	主標題與 子標題契 合程度	編輯對於報版版面下標的主標題與子標題兩者之間是否允當。	很要 45% 不要 10%	0.5	未達一致	很 要 65% 不 要 5%	0. 375	已達一致			
8.	標題的運用	編的讓到想年兩對門者關連新要日者開建,與實新與明之形於會因標結驗間。	非重30%重要10%不要5%	1	未達 一致	很要 60% 重要% 不要 5%	0	已達一致			
9.	標題使用併疊題	標題可使用併 學題,強 題標題 類 題 類 題 類 題 類 是 類 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是 是	專家建議新增	專家建議新增	次回合新增	重要 35% 不 要 15% 不 要 5%	0.5	<i>未達</i> 一致	重要 50% 不 要 15% 不 要 5%	0.5	<i>未達</i> 一致
報版	內容構面:	本項共20題		UIIU (- ,			
				19日日日	}		第二回台	<u>}</u>		5三回台	今
項次	指標名稱	內容敘述	重要	四分	判	重要	四分	判	重要	四分	判
			程度	位差	斷	程度	位差	斷	程度	位差	斷

1.	新聞報等內實程度	針的程日新官掌滿求對寬與是國事者下資與是國事者下資內,立事訊內豐否內,立事訊	非 重 35% 不 要 5%	1	未達一致	非常 重要 40%	0.5	未達一致	非常 重要 40%	0.875	未達一致
2.	新聞報導 內容的類型	各版中哪一種 類型的新聞報 導最易吸引讀 者閱讀。	很重 要 55% 不重 10%	0. 375	已達一致	977					
3.	新內更者報是近等否讀	新是向議識具如退訊議軍報島況性勞層登機者等聞否,題、新:伍。題事導官,側,官軍會,。報採有強實開增的著,迷偏兵細寫或兵旅,鼓導讀關強用性加就重以客遠生膩戰提投點貼舞內者生調,,官業軍滿群、活、訓供稿滴近士容取活知並例兵資武足。外實柔辛基刊的讀氣	非重 40% 重 要 5%	l 1 ense	未達 一致	非常 重要 70%	0.5	未達 一致	非常 重 70%	0. 5	未達 一致

4.	新聞內容 字體的大 小	內容字體大小 讓人閱讀起來 更舒適。	重要 45% 不重 5%	0.5	未達一致	很重 要 45%	0.875	未達一致	很重 要 60%	0	已達一致
5.	新聞內容字型的多樣性	文章內容字型 內容子型 大否具有多 大 大 大 大 的 有 数 有 数 者 数 者 数 者 数 者 数 者 数 者 数 者 数 者 数	重要 55% 不重 25%	0. 375	未一億分百比達80%)	重要 45% 不重 要 35%	0.5	未達一致	重要 50% 不重 要 20%	0. 5	未達 一致
6.	新聞內容 字數多寡	新聞報導內容 內字數多寡, 是否掌握新聞 議題核心讀 於讀者閱讀。	很要 45% 重 要 15%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0.5	未達 一致
7.	新聞內容 「閱讀流 暢」程度	新聞的內容是 請請者在閱讀者 心領神	很要 55% 重 要 5%	0. 375	已達一致						
8.	新聞內容 的「客觀 性」程度	針對新聞報導 的內容,是否 讓讀者感覺到 客觀。	重要 55% 不重 5%	0.5	未達 一致	重 要 55%	0.5	未達 一致	重 要 55%	0.5	未達 一致
9.		針對新聞報導 的內容,其正 確性程度。	非 重 70% 不 要 5%	0.5	未達 一致	非常 重要 90%	0	已達一致			

10.	新聞報導的 來 性」程度	針對新聞報導 內容的消息來 源,是否具有 一定的可靠 性。	非 重 55% 不 要 5%	0.5	未達一致	非常 重 要 75%	0. 375	已達一致			
11.	新聞報導 題材的廣 泛性	新聞報導的題 材是否廣泛蒐 集,讓讀者能 接受。	很 要 35% 不 要 5%	0.875	未達 一致	很重 要 45%	0. 875	未達一致	很重 要 60%	0. 375	已達一致
12.	新聞報導的專業深度。	有報度定入讀的度單事專具進析公分深容專事其維析感具業析。與其業	非常 重要 65%	0. 5	未達一致	非常 重要 85%	0	已達一致			
13.	新聞報導 的知識性 程度	軍是程性讀益有點解有知者讓來多質報一知者感甚實。	非常 重 40% 不 要 5%	0.875	未達 一致	非常 重要 50%	0.5	未達一致	非常 重要 55%	0.5	未達一致
14.	新聞報導 的娛樂性 程度	有關休閒 娛樂 的新聞報 一度 的 所 明 有 明 有 的 與 明 領 , 明 有 , 與 明 計 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明	重要 50% 很 重 5%	0.5	未達一致	很重 要 45%	ersi 0.5	未達一致	很重 要 60%	0.5	未達 一致

			ı	ı							 1
15.	「新世紀 新聞 前 新聞 度	針 事事 事事 事事 事 事 事 事 事 事 事 事 事	很 要 50%	0.5	未達一致	很重 要 70%	0	已達一致			
16.	「樂 在 生 活」的 豊富 程度	針對休閒娛樂 方面的報導其 豐富程度是否 吸引讀者。	重要 50% 很不 重要 5%	0. 5	未達一致	重 要 50%	0.5	未達一致	重 要 50%	0.5	未達 一致
17.	新內提年的象開容升日品與解止,報用,報用,	青年日報 開 軍事內 東 門 等 門 等 門 等 門 名 月 程 月 一 次 月 十 年 定 名 月 一 次 一 名 月 一 。 一 。 一 。 一 。 一 。 一 。 。 。 。 。 。 。 。	非 重 55% 很 重 5% 不 要 5%	0.5	未達一致	非常 重要 70%	0.5	未達一致	非常 重要 65%	0.5	未達一致
18.	新聞資訊 圖表的內容	讀者喜愛圖像 化思考,資訊 圖表的內容是 否能吸引讀者 閱讀。	很重 要 65%	0.5	未達 一致	很重 要 75%	0. 375	已達一致			
19.	新 聞 照 (圖)片篇 幅大小	新聞照(圖)片 在報版各版面 的比例大小是 否合宜。	很重 要 40%	1	未達 一致	非常 重要 50%	0.5	未達一致	非常 重要 55%	0.5	未達一致
20.	新 聞 照 (圖)片數 量	照(圖)片數量 在報版各版面 的比例多寡是 否合宜。	很重 要 50%	ens 6	未達 一致	很重 要 60%	0. 375	已達 一致			

報版	印刷程度構	面:本項共5題									
			穿	第一回台	<u>}</u>	穿	5二回台	>	穿	5三回台	>
15			重	四		重	四		重	四	
項次	指標名稱	內容敘述	要	分	判	要	分	判	要	分	判
			程	位	斷	程	位	斷	程	位	斷
			度	差		度	差		度	差	
1.	報紙「紙質觸感」程度	報紙的紙張印 刷品質及觸感 程度是否讓人 感受到舒適。	很 要 40% 常 重 要 5%	0. 5	未達 一致	很要 55% 重 要 5%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0.5	未達一致
2.	報版整體 「印刷套 色」程度	報紙的紙張材 質、印刷套色 精美程度是否 讓人驚豔。	很 要 45% 不 要 5%	0. 5	未達一致	很 要 60% 不 要 5%	0	已達一致			
3.	各版面的豐富性」程度	報紙張各版 面套色色彩是 否具有豐富性 及多樣化, 人耳目一新。	很重 要 50%	0.5	未達 一致	很重 要 55%	0.5	未達 一致	很重 要 70%	0	已達一致
4.	報紙整體 「印刷清 晰」程度	400	非常 重要 35%	anse	未達 一致	很重 要 50%	0.5 ersi	未達 一致	很重 要 55%	0.5	未達 一致
5.	報「彩覺度紙即的現	報紙印刷時, 整體的色彩的 樣式與至讓 式是否讓 到舒適。	非常 重要 35%	1	未達 一致	很重 要 55%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0.5	未達 一致

第一回合 第二回合 第二回合 第二回合 重 四 重 四 更 重 四 分 判 要 分 判 程 位 斷 程 位 斷 度 差	第三回名 四 分 位 差	4 判 斷
項次 指標名稱 內容敘述 要分別 對 要分別 程 位 斷 程 位 斷 度 差 度 差 報紙「同報版同一版面」一版面」中,新聞照片很重的新聞照的組合排列是要 0.375 已達金 1. 的新聞照的組合排列是要 0.375	要分程位	,
次 指標名稱 內容敘述 要 分 判 要 分 判 程 位 斷 程 位 斷 度 差 度 差 報紙「同報版同一版面 一版面」 中,新聞照片報重 企業 1. 的新聞照 的組合排列是要 0.375 企業	程位	,
度 差 度 差 報紙「同 報版同一版面 一版面」 中,新聞照片 很重 1. 的新聞照 的組合排列是 要 0.375		断
報紙「同 報版同一版面 一版面」 中,新聞照片 很重 1. 的新聞照 的組合排列是 要 0.375	度差	
一版面」 中,新聞照片 很重 1. 的新聞照 的組合排列是 要 0.375 ————————————————————————————————————		
1. 的新聞照 的組合排列是 要 0.375 一選 一致		
$\blacksquare 1.$ 的 新 聞 照 的 組 合 排 列 是 要 0.375 $_{-\infty}$ —		
│ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │ │		
度舒適。		
報紙新聞 讀者對新聞照 很重 已達		
2. 照片內容 片內容的好感 要 0.375 ———————————————————————————————————		
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
事件的規劃		
3. 「照片星」件中照片呈現 要 0.75 未達 要 0.375 已達		
\parallel		
喜好 度。		
報紙新聞 讀者對報版新 很重 1.1 很重		
1		
■		
型樣式 感程度。		
報紙新聞 讀者對報版新		
	重要	未達
■ 5. 題」的走 ま文方式是否 50% U.5 —致 50% U.5 —	55% 0.5	一致
文方式喜易於閱讀。		
National Defense University		
重要		
▋ 報紙 新 闻 讀者對報版 新 50%		
■ 6 ' 内文」 聞 ' 内文」走 _{不重} 0.5 未達 重要 0.5 未達	重要 0.5	未達
┃	65%	一致
式 於閱讀。		

7.	報紙使用 的標題大 小喜好	讀者對報版使 用的標題大小 是否合宜。	很要 35% 不要 5%	0.875	未達 一致	很要 55% 不要 5%	0.5	未達一致	很重 要 65%	0. 375	已達一致
8.	報一的型好紙版標式可以	讀者對報版「同一版面」標題字型樣式的好感程度。	重 要 55%	0.5	未達一致	很 要 45%	0.5	未達 一致	重 要 55%	0. 5	未達一致
9.	報紙標題 的字數喜 好程度	讀者對報版標 題字數多寡的 好感程度。	很重 要 50%	0.5	未達一致	很要 60% 不重 5%	0.5	未達 一致	很 要 55% 不 要 5%	0. 5	未達一致
10.	報紙「版 面」色彩 呈現喜好	讀者對報紙「版面」色彩呈現的好感人民 度是否讓人眼睛為之一亮。	很重 要 50%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0.5	未達 一致	很重 要 70%	0	已達一致
11.	輯 」 手法,可以	報紙適時地運 用美術 是 期 題 調 的 可 思 可 跟 到 力 。	重要 40%	ense	未達 一致	很重 要 45%	0.875	未達 一致	很重 要 75%	0	已達一致
12.	對報紙新 開	讀者對新聞內容與所搭配的圖片或圖表的好感程度。	很重 要 40%	0.5	未達一致	很重 要 60%	0. 375	已達一致			

13.	對 報頭 罪 報 頭 現 題 好 程	讀者對報紙「報頭」資訊 呈現的的好感 程度。	非常 重 35% 不 要 10%	1	未達 一致	非常 重 35% 不 要 5%	1	未達一致	非常 重要 35% 不 要 5%	1	未達 一致
14.	報版版面 圖文編排	版面圖片與文字的編排是否 更易於讀者閱 讀。	很重 要 45%	0.875	未達 一致	很重 要 70%	0. 375	已達一致			
15.	資訊圖表 的美編與 清晰程度	美編應具備發想活潑化,加強資訊圖表加強 其清晰程度。	非常 重要 40%	1	未達一致	很重 要 45%	0.5	未達一致	很重 要 55%	0.5	未達一致
16.	頭版版面 製作的獨 特性	頭版的版面製作要有獨特 性,也就是讀 者是可以 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个 一个	專家建議新增	專家建議新增	次回合新增	非常 重要 50%	0.875	<i>未達</i> 一致	非常 重要 75%	0. 375	已達一致
軍種	~ ~	構面:本項共7題									
	Na	itional I	第	第一回台	, U	111分	第二回台	Y	Э	第三回台	合
項			重	四		重	四		重	四	
次次	指標名稱	內容敘述	要	分	判	要	分	判	要	分	判
			程	位	斷	程	位	斷	程	位	斷
			度	差		度	差		度	差	

1.	軍種報用,與程度	將軍種報併隨 青年日報一併 夾報的做法是 否認同。	重40%重要%不要%常重要%	0.875	未達 一致	重 65% 重 要 5% 常 重 要 5%	0	已達一致			
2.	軍種報標 題文字的 吸引程度	報紙標題的文 字與內容是否 能夠吸引讀者 閱讀。	非重40%重要%常重要%		未達 一致	很重 要 45%	0.875	未達 一致	很重 要 55%	0. 375	已達一致
3.	軍種報報的題別	讀者對報 報報 報報 題 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那 那	非重 30% 重 要 10% 常 重 要 5%	ense	未達 一致	很重 要 40%	0.5	未達一致	很重 要 50%	0.5	未達一致
4.	軍種報報 版內圖片 的編排程 度	同一版面中, 圖片的組合與 編排是否能讓 讀者接受、產 生好感。	重要 40% 不重 要 5%	0. 875	未達一致	很重 要 45%	0.5	未達 一致	很重 要 60%	0. 375	已達一致

5.	軍紙開開報報等方	報紙內文字的 寫作方式是 讀 讀。	非不要%很要%重要%常重要%	0.875	未達 一致	很 要 55%	0. 375	已達一致			
6.	軍種報的實	新聞報導的內容是 意覺到充實與 豐富。	非重30%重要%常重要%		未達 一致	非常 重要 40%	1	未達一致	非常 重 要 50%	0.875	未達 一致
7.	軍種報報 票 與 實	報紙內新聞報 導的內讓閱讀 是否 以 事 。 性 、 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明 , 明	重 35% 重 要 10% 常 重 要 5%	1 ense	未達 一致	重 要 50%	0.5	未達一致	重要 45%	0. 875	未達 一致

附錄 2 深度訪談逐字稿/蘋果日報記者 王烱華

一、請問依您的專業及經驗,於當前報業發展中,哪些是報紙改版後須注意或改進的事項(例如:改版前後軍事新聞報導的專業深度或是在軍事新聞專業特色方面扣聯程度,亦或是在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容的呈現上)且哪些國軍新聞報導可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有疏漏之處可提供專業見解(例如:如何有效的運用數位發展,探索拓展議題獲得閱聽眾的滿意或是青年日報報紙改版後在未來整體經營策略上,最大的困境為何,是否能提供進一步的建議)?

答:所以說我們不論在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容等這上面,你如果說沒有辦法從第一眼,你當天的第一個新聞跟你的頭版新聞,或者是你有其他副標的新聞來講,你這上面都沒有讓你的新聞性,讓你的讀者想要去閱讀的話,那你後面的,後面的誰會想要去翻你的東西,所以我說,如果說像像像你的第一個題目,所以我說,沒有錯,我們的新聞的標題,新聞的版面是吸引讀者的第一要務,可是新聞內容還是不能,還是有專業性,還是要有專業性,還是要有讀者的可閱讀性,這是我們所有新聞的新聞的那個要件裡面最重要的部分。

(延伸問題1)過往青年日報的頭版幾乎都以政令宣導,長官視導的行程這一類的新聞,但改版後走向活潑或是比較貼近閱讀者的方式來進行,這方面是否較符合現代人的閱報習性?

答:是活潑一點,是符合現代人閱讀的模式,可是你們還是要再進步,因為你們是小眾團體,所以我才會才會說,我才會在我那個所有的裡面來講,就說,其他一個編輯,編輯就是一個編輯,不管怎麼樣,不管任何的新聞,新聞的狀況來講,你的新聞內容,新聞的這個,就是新聞的品質,因為回到最後,就算我們說,就像是網路新聞的標題一樣,美女,甚麼,喔喔喔,可能很多人一窩蜂的去點,點閱點多了以後呢,看了裡面根本不是美女,就是後面,就是這個狼來了,這個笑

話,就是慢慢慢的不會有人去點了,所以,如果說你,你的新聞裡面跟你的,你的新聞標題雖然有吸引性,可是跟你的標題是符合的,不,跟你的內文是符合的,然後也能夠讓讀者去,就是更想願意知道一些東西的時候,或者是其的一些新聞性的話,他們會越來越反而是,有一種就是專業性質的,他們就會想要再去再去,深入的再再再瞭解這份新聞,是差別在這個部分。

(延伸問題2)青年日報現在有一些「蘋果化」,不論在紙本改版以及網路部分建立APP等,這些對於青年日報未來走向上面,是不是因為現在紙媒的生態幾乎都趨向於網路化經營,競爭激烈,還是說您認為紙媒仍有其不可替代性?

答:我不得不說是蘋果起了一個帶頭作用,可是我覺得就是說,因為現在的閱讀者、閱聽人唷,他的需求已經是非常的快速,非常的多元化,也許我今天根本不想看軍事的,他想要看的是生活,或者是其他的他喜歡看的東西,或者是健康類的,所以變成說,變成說現在的網路媒體,或是平面媒體,已經不可能說像專業性的,像青年日報那樣的專業性,當然因為你們青年日報現在還要服務一些官兵的眷屬或是家裡面的人,他們也會看,所以你們也變得有點像綜合性的報紙,不像以前那樣刻版,死氣沉沉的,政令宣導、政令宣導,但因為你們是國軍發行的,你們的目標對象還是軍人,可是對一般的,像是一般的軍事迷,或者是他想踏入軍事的這塊領域的人來說,你們的這份報紙,未嘗不是一個,就是說讓人家有一個第一首選的,第一品牌的意味存在。

(延伸問題3)您對於未來青年日報在改版的部分還有甚麼需要在精進或注意的地方(再活潑化、多元化),還是說因為青年日報在某些方面還是不能跳脫軍方的 色彩(譬如說無法像蘋果日報報導較聳動的標題或新聞來吸引讀者)?

答:其實不要用聳動的新聞,不一定要用聳動的新聞,你要能吸引人,吸引你的讀者去閱讀,或者是你們做的編輯的做法會讓讀者說我會想要進一步去看,像以前很多、很多軍事雜誌會去,就是說把所有的就是就是用,例如說像是武器裝備,他會用那種立體的圖像部分給他,或者是3D立體把他解構出來,那個部門、那個

部門、那個細部,那個細部對那個評論是好還是壞的之類的,或是有分解動作的 方式,這確實也是一種方式,好,我們講到這個東西,例如說像前一陣子國軍不 是發生就是迷彩服,唷,迷彩服洗的愈洗越薄,那這樣子,如果說發現一個問題, 可以用一個圖像的方式,教導官兵怎麼樣正確洗,正確洗唷,錯誤洗可能會跑到 跑到那個甚麼薄紗類的,再怎麼樣洗可能退色退到那種地步,用這種方式來教導 官兵,再怎麼講,那如果說真的還有問題,你們後支部去解決,對壓,所以你們 這有時候是可以跟各單位的,各單位的那個去去去協調去找出,唉,去做這個這 個專欄、專版的方式,除了讓官兵知道,除了讓官兵知道,也讓一般民眾知道, 明明跟他講了說了,這個步驟寫的清清楚楚,都已經畫圖給他看了,甚至還做影 片給他看,因為你們現在有網站,還可以做影片,都已經做影片給你們看了,那 結果,那結果你們還自己去洗錯,那你這不是,那個人不是白癡不是豬是什麼, 這也就是說可以對某些事情某些事物去做解釋作澄清,我覺得就是像這種東西 唷,就是有需求,甚至於你們也可以常,三不五時,例如說像甚麼,像有些人可 能是在加熱餐包,你們哪邊不夠熱壓,幹嘛之類的,有時候也可以用圖解或是圖 像的方式,跟官兵說怎麽樣怎麽樣會怎樣怎樣唷,讓讀者一目了然,快速的誘過 你們的報紙,然後你們這些,以後你們還可以集成一個冊子送給新兵,新兵入伍 的時候你們就送給新兵,新兵入伍冊,新兵一看到唷,就知道,唷,原來是這樣 子這樣子,入,我跟你們說,他們在閱讀的時候,第一你們有達到一個正確的方 式,然後,第二個,也可以讓他們,踏入這個軍旅的時候,了解說我至少有一個 初步的範本,大概的思維唷,我就是說你們會走的比較寬一點。

National Defense University

二、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面標題」構面上,某些 題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些 題項的見解如何?(例如:「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等這 兩個題項上) 答:我先強調一個東西,就是蘋果日報當時引進臺灣的時候,蘋果日報為什麼那 麼注重他的頭版,因蘋果日報的頭版,蘋果日報每一份都是賣出去的,他並不是 說用甚麼派報系統出去的,他是擺在零售的架上去給人家去選的,那依據我們人 的印象觀念,如果我看了今天的這份報紙頭版的時候,我看了第一眼,我大概前 前,如果以七秒鐘來算,我要不要買這一份報紙,前面三秒鐘的印象來講,對我 們來講,是非常,是第一個直接印象,如果說你的標題不夠好,你的標題不夠好, 你的版面不夠明確、不夠漂亮,可能後面的四秒鐘就閃過去了,可是如果說你前 面的三秒鐘一看,這題目不錯,或者是他的他的構圖非常不錯的時候,後面的四 秒鐘,他他他還會再花四秒鐘來,去看,我要不要去買這份報紙,所以以這種觀 點來講的話齁,你頭版的新聞,你頭版新聞標題還有他的美編設計,是相對的, 是是整個,等於說我們就好像一個一個月刊或是週刊來講的話,他的那張頭,就 是擺在外面給人家看的東西,等於說就是這份報紙的靈魂,那如果說沒有這樣子 的方式的話,反而會造成他整個過程中,就是說如果你還是以這種拚張的話,你 說誰會想拿起來看,所以這是一個很大的問題,所以標題的字樣的多樣性,或者 說你怎麼樣,不管,你就是,我們唯一的部分來講就是吸引讀者,就是吸引讀者, 我的前提就是吸引讀者。

(延伸問題1)報紙的內容只要能吸引讀者,「標題字型的多樣性」、「標題使用 併疊題」是不是就不是十分重要的事了?

答:主要說還是要能配合你的版面,配合你的新聞,你要怎麼去吸引你的讀者,否則你是沒有辦法達到一個你想要讓別人來看這個報導的這個興趣,所以我們以一個七秒鐘來講,我們七秒鐘就決定我們蘋果日報那份報紙,你一個人經過的時候,你那份報紙你會不會買,前面三秒鐘是最重點,最重點之中的重點之重,那個一個一個一個版面和幾個字,他決定了那三秒鐘才會有後面的四秒鐘,才會買,就這樣子。

(延伸問題2)青年日報在面臨改版的過程中,閱讀者在看頭版時,第一眼是否能

吸引讀者,在改版後是一件十分重要的事?

答:對壓。

三、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版內容」構面上,某些題項 其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項 的見解如何?(例如:「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更 貼近讀者」、「新聞內容字型的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內 容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程 度」、「『樂在生活』版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年 日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項上)

答:你可能在這些方面沒辦法達成指標,我不曉得你的問卷,就是說如何把他成為指標的演算法我不知道,我只是覺得一個部份就是說,不管怎麼樣唷,「報導內容的充實程度」、「內容是否更貼近讀者」,還有「客觀程度」、「知識性程度」、「娛樂性」的部分,唷,基本上,他就是新聞的,就是你要去賣這條新聞的一個的一個最重要的前提,你裡面沒有這些這些,這些元素的話,你怎麼樣讓讀者想要去看,對不對,我覺得我覺得這是一個應該要成為指標的,可是為什麼沒有成為指標,我真的我真的不曉得該怎麼說。

(延伸問題1)現在閱聽眾的胃口可能更大更多了,導致希望看到的東西能更多元 化,而青年日報給他們的刻板印象是依然不能脫離官方色彩,使得在內容部分、 呈現部分,對讀者來說沒有很大的差異?

答:因為我還蠻常着你們的報紙,你們的改變,至少已經跨出第一步再改變了,但每個東西都還是有一定有他精進他進步的空間,這絕對是有的,只是說,只是說這個,我不曉得你的演算法是怎麼樣的,為什麼無法達成共識,因為這個是最重要的,每個新聞,不管是在哪一家的新聞,他就是根源,他就是原原本本的東西,所以你可能要再,或是要再做其他的設計方面,再來,也有可能你的問卷裡

面某些題項已經涵蓋在裡面了,導致受測問卷的人產生誤解或錯覺,有這個可能性,可能性很高,因為你剛剛講的這些東西,他都是報版內容裡面的都是裡面的, 而且這些本來就是報導裡面最骨幹的部分。

四、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版印刷程度」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等這三個題項上)答:我覺得這又回到你們以前以前的,最刻板印象,以前青年日報或是青年戰士報的那種刻板印象,可是可是現在來講,你們色彩比以前豐富多啦,而且裡面的內容也確實慢慢的增加啦,不像是以前全部都是黑白的,你們現在已經都全彩啦。(延伸問題1)您認為青年日報在改版後,其色彩的豐富性跟呈現方面,事實上也是吸引讀者的重要指標?

答:是呀,像我覺得你們很多在武器武器系統方面來講,我覺得你們應該可以再增加一些再細部的說明,像這一則新聞,雖然是八一公厘的迫砲裝備,可是如果說你能,你能有一張圖片,圖表用解構式的方式來繪畫出來的話,這樣可以打多元可以打多元,雖然你們可以用,這個這個不是不是軍方提供的這些數據,可是你們用這一個方式來做一個,唷,這個東西變成在戰場上面他能達到甚麼效果,用漫畫的方式幹嘛之類的,我覺得都可以讓讀者了解火炮,例如這個武器更活化一點,我覺得你們再武器活化的部分,可以再加強一點,都是以過往這種模式來做的話會很死,這個東西講難聽一點這個東西你們完全就是宣導片,還是宣導片,你們沒有辦法以最有利的方式,把他畫成一個商業性,就是能賣的東西,這個是我比較覺得說你們可能在這上面欠缺的部分,是把他,把這些東西,把你們最好的東西,怎麼樣去用,不管是用繪畫的方式或是甚麼樣的方式把他展現出來,動畫呀、幹嘛之類的都可以,唷,這個才是你們你們的強項,唉,這個才是

你們的強項。

(延伸問題2)青年日報改版後,在印刷套色及紙質觸感部分,您認為是否重要? 答:我覺得目前都已經達到一個標準了,報紙摸起來的觸感不是最重要的,最重要的還是內容以及吸引閱讀者願意繼續閱讀他,他的色彩、他的文字、他的排版跟他的圖片與紙質觸感比起來更重要,所以有可能因為這些原因導致「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等無法形成共識與指標。

五、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面編排設計」構面上, 某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於 這些題項的見解如何?(例如:「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報 紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、 「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的喜好程度」、「資 訊圖表的美編與清晰程度」等這六個題項上)

答:其實,大概跟我前面所說的答案都差不多,類似類似差不多,有可能因為你前面的問卷已經問過了,然後後面又再來問,你後面再來問的時候,有時候你在問卷設計上面有一個小問題就是,你這邊前面這個問題問過了,可是你後面呢,又再問類似的問題,相當重複的問題,我每次這樣翻,唷,上面的答案是甚麼,這個問題不是問過了嗎,尬嘛還要再問呢,會有這些模糊,那模糊的部分呢,你可能是你的你的設計可能就是說你在你的題目演算設計可能是第一題然後跑到第幾題,然後再,這個我就不,讓受測者產生錯覺,有些可以合併的題項也有可能問得太細了,反而使受測者在判斷上產生誤解或錯覺,有這些可能性。

六、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「軍種報夾報效益」構面上,某 些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這 些題項的見解如何?(例如:「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等這三個題項上)

答:同上。

(延伸問題1)青年日報改版後,運用「軍種報夾報」發行的方式您認為有何優缺點?

答:這種東西要從很多層面來看,為什麼呢,因為如果你說你的青年日報沒有達 成一個品牌效益的話,你後面,不管你是夾甚麼報紙都沒有用,這是一種問題, 然後,第二個部分是說,青年日報畢竟唷,就是我們說不管是軍種報紙,青年日 報是比較有專責的人去做的一個報紙,其他呢就是他可能還有其他的業務,他可 能就是我每天把他排出去就算了,就走人了,反正就是按照以前青年日報的模式, 就是長官交代我做甚麼甚麼,我就做甚麼,就寫出來了,這是一個很大的問題, 所以你說夾報,雖然他的版型隨著青年日報走向,配合改變,其實,我覺得說不 是好與不好,就是說你青年日報你的品牌報導沒有出來,就沒有辦法發揮母雞帶 小雞的效用。然後呢,忠誠報、忠義報、忠勇報等等,他們在陸軍的東西唷,還 是太刻板了,都沒有很大的改變,你說海軍應該講他們海軍的東西,但他們還是 再講部隊精神,這有意義嗎,對閱讀者來說,有翻跟沒翻一樣,反正上面講甚麼, 我就做甚麼,他們會去翻嗎,所以呀,除了我們定期會去翻一翻之外,其他人可 能沒有辦法從裡面獲得甚麼樣的知識或明確的資訊,軍種報沒有隨著青年日報做 内容上的篩選、內容的深度改變,這會造成說你夾了再多也沒用,大家還是不會 想去看。所以反而說,你說不管軍種報色彩、彩色,他印的多漂亮也沒有用。所 以所以現在很多立法委員、外界的人士都會認為說,你幹脆把所有的報紙都集合 在青年日報,你們要忠誠報幹嘛,你還要編那麼多預算做這些東西,又沒達到效 益,效益在哪裡,我們常常講,我們現在都是不管說我們都在找取向,對不對, 我們說讀者想要讀的是甚麼、想要唸的是甚麼,想要看的是甚麼,他才會讓我們

的報紙產生效益在,我們才能形成一種品牌,效益是甚麼,我的軍種那麼多或者 是寫那麼多擺在這上面,可是真正的效益是甚麼,沒有人,沒有人,沒有人看, 那你沒有效益在的話就勢必要精簡,就勢必要精簡,因為你們現在講就是沒有效 益呀,對不對,國軍養了那麼多的文宣單位,雖然他是文宣的單位,可是他在實 際上,平常的時候,他的效益是甚麼,他戰時的效益是甚麼,雖然我們現在常常 說戰時會怎麼怎麼樣,你平常都沒拿出效益來,我怎麼相信你戰時一定能拿 出甚麼效益出來,所有的企業,所有我們現在每個人所受的訓練就是你能拿出甚 麼東西,很簡單的一句話,就是你能拿出甚麼東西來,都如此,對不對,你現在 你平時你可以做甚麼東西,你戰時你可以做甚麼東西,那你能不能還要再想更多 的東西,這就是有時候民間企業會比政府企業來的火。

(延伸問題2)現在報業競爭激烈,網路發達或是公民平台的興起,紙媒有沒有可能在未來會被取代還是他有不可被取代性?

答:我覺得我覺得一個東西唷,以現在的取向來講,以現在的取向來講唷,紙媒是有可能被取代的,可是你這個紙媒唷,你這個紙媒呢,你能達到甚麼樣的重點或者說是網路所沒有辦法取代的,你知道嗎,有些東西紙媒還是有他存在的價值,你要達到甚麼樣的,你要,現在,現在全世界都在摸索,雖然現在年輕人都運用網路很少在看報紙,可是到了某種年齡,不管怎麼樣,你還是花時間看紙媒,你會定下心來看報紙,像我們看網路的東西,手機上滑過,就這樣滑呀滑,一個頁面來講,你能看到70%的字,你這樣一段一段這樣細讀是不可能的,不可能的,我們大概就這樣滑滑滑七八次就沒事,大概六成左右的字有印象的字,這樣看過去後就滑過去了,雖然網路很快速,但在腦中留下的印象不是那麼深刻的,他比不上紙媒,因為有些東西我們看過以後會往上回頭再看,自己思考,回頭再翻,網路上,你回頭已經不知道在第幾頁了,你要再重頭找一遍,洗版會很快,所以這種東西,未來會不會再回到,所以我的意思是說,當你紙媒報導內容,內容的深度還有廣度的時候,讓人家可以再省思的時候,那個時候紙媒是超過網路

的,是超過網路的,可是那個可是那個時候,已經是小眾化了,紙媒是小眾化了, 小眾傳播媒介。

(延伸問題3)青年日報是官方報紙,其經費來源來自國防預算,但未來的發展是 否仍有可能被取代?

答:很難講,你們自己上面都在講,你們能拿出甚麼東西出來,你們的效益何在,每個軍種都有不可或缺不可被取代,所以才能活到現在,對不對,你說像美國海軍陸戰隊,為什麼那麼重視美國海軍陸戰隊,是因為出去看到的都是海軍陸戰隊,打第一仗,立第一功,與空軍、陸軍相比,我就是打第一仗,所以青年日報還是要找到自己的定位,不管用甚麼樣的方式,都要找到自己的定位,摸索還是尬麻,突破還是尬麻之類的,都要找到一個自己的定位,你們一定要找出自己的品牌定位,在內容上面,不管用圖解方式、圖表啦,你們一定要讓讀者一看,唷,一目了然,吸引閱讀者第一眼印象會導致他願意繼續往下閱讀,內容也不能太過刻版,跟標題差太多,如果我只看了第一眼,結果發現跟裡面內容差太多甚至不一樣,那我只要站在那邊看一分鐘我就看完了,我就不用花更多時間去看,我花七秒鐘決定要不要看,我又花一分鐘看完,對不對,那就沒意義啦。



National Defense University

附錄 3 深度訪談逐字稿/青年日報社長 孫立方上校

一、請問依您的專業及經驗,於當前報業發展中,哪些是報紙改版後須注意或改進的事項(例如:改版前後軍事新聞報導的專業深度或是在軍事新聞專業特色方面扣聯程度,亦或是在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容的呈現上)且哪些國軍新聞報導可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有疏漏之處可提供專業見解(例如:如何有效的運用數位發展,探索拓展議題獲得閱聽眾的滿意或是青年日報報紙改版後在未來整體經營策略上,最大的困境為何,是否能提供進一步的建議)?

答:以目前發展來看,紙本讀者與數位頻道讀者的分別,似乎有愈發明顯的趨勢。兩者在人口統計變項上,似存在明顯差異;對內容的選擇,也不全然相同。相對於數位管道資訊的零碎化,讀者更希望從紙本上,獲得較完整的資訊。如何結合編輯技巧及美學,將版面呈現資訊聚焦化,是紙本吸引讀者的重要選項。

二、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面標題」構面上,某些 題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些 題項的見解如何?(例如:「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等這 兩個題項上)

答:隨著現代人接觸媒體頻道的增加,所受到的刺激亦趨多樣化。相對於上個世代,標題字型變化是否那麼重要,對當代人而言,可能就沒那麼重要。同時,如果閱讀報紙者所關心,本來就不是標題的變化,則也易產生類似狀況。

三、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版內容」構面上,某些題項 其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項 的見解如何?(例如:「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更 貼近讀者」、「新聞內容字型的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程度」、「『樂在生活』版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項上)

答:內容的品質,重要性無庸置疑。但何種指標可以代表內容的品質,值得探討。 歷經多年實務探索,媒體界對"新聞"之特性,可以大致找到一些公認標準,但 不同類型的故事,對讀者而言,影響其新聞性大小之元素,可能依然不同。

四、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版印刷程度」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等這三個題項上)

答:這些應該可以形成指標。

五、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面編排設計」構面上, 某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於 這些題項的見解如何?(例如:「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報 紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、 「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的喜好程度」、「資 訊圖表的美編與清晰程度」等這六個題項上)

答:同上,現代人接觸資訊管道增加、曝露於不同刺激之機會增加,可能都改變了其對傳統版面美學要素的看法。

六、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「軍種報夾報效益」構面上,某 些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這 些題項的見解如何?(例如:「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等這三個題項上)

答:或許,問錯了人?



National Defense University

附錄 4 深度訪談逐字稿/銘傳大學廣電系主任 杜聖聰

一、請問依您的專業及經驗,於當前報業發展中,哪些是報紙改版後須注意或改進的事項(例如:改版前後軍事新聞報導的專業深度或是在軍事新聞專業特色方面扣聯程度,亦或是在報紙內容充實程度、版面設計、編排、內容的呈現上)且哪些國軍新聞報導可能會較易吸引閱聽眾的關注,或本研究題目中是否有疏漏之處可提供專業見解(例如:如何有效的運用數位發展,探索拓展議題獲得閱聽眾的滿意或是青年日報報紙改版後在未來整體經營策略上,最大的困境為何,是否能提供進一步的建議)?

答:版型一定要有相關的規範,也就是視覺的規範,這種視覺的規範,我們想麻, 一個版面的視覺的要素,包括內文、標題、相片、圖、表唷五大構面,那你這個 部分,你要有標準的SOP,這種SOP就包括說,這些唷,標題是多少字到多少字, 標題的色系、色票要對,你不要唷,他他他是一個accumulation麻,我不知道你有 沒有一個嚴格的SOP,但是人家在做的時候唷,因為我過去在勁報,他是蘋果日報 的前身,唷,那個,不在做的時候,那個相關的版型在做的時候,包括字的色票 大概是多少,字要多少字,字裏頭的行距多少唷,然後你要定好,那字的這種字 數多少要弄好,字的小標是多少,字的圖說是多少,然後相片再放的時候,大概 要放怎樣,因為,在編的時候都是套版,但是套版要有一個套版的操作法則,我 覺得這個東西要做出來,否則的話,這個東西會去形成我們在編版的時候,你改 得要死沒有用,你其實改得要死,真正在幫你管的就是最底下的美編麻,你改得 要死麻無效,反過來你是被美編綁架,美編才是總編輯,我的媽呀,實際上這是 不可能的,就是說實際上從他的這種產業鏈上的長短來講,這是不可能的,對不 對,沒錯吧,唷,但是但是實面上做的話,卻可能造成這種荒謬的現象,那你改 的都是假的,因為我是用套版麻,啊我套版,你告訴我是甚麼字,可是甚麼字的 時候,你應該幫我約定好,唷,標題標題壓,副標壓,甚麼東西甚麼字壓,甚麼

顏色壓,啊對色票對瞭嗎,啊,你不要亂排,你不要亂排,字就是這麼多,字就是這麼多,你這種東西弄完之後才比較容易積累,你不要現在說標題字,標題字不是十五字就是十六字呀,你不要假會,就去這樣子設,否則的話,我覺得這種東西是很芭樂的,然後接下來,第二個,版面的東西應該去思考兩個對接,一個對接是網路的對接,看你可能放PC呀,所以我PC要怎樣去看,PC在看的時候,還要去連結你影音的超連結,你可能,我們軍聞社,我自己青年日報可能沒有,但我軍聞社可能會有呀,那軍聞社有呀,或者是說,有一些FACEBOOK網路,或者說國防部的網路,我也可以用這種東西,因為稿子是共用的,他一定有相關的超連結,他一定有這種影像的超連結,你在這個部分當中,你伺服器要弄好,你不要你在弄得時候跑不動呀,第二個,你在弄得時候也要有APP,也要有你的手機版,也就是你一個人在做美編,沒有一個人像你們這個樣子在編的啦,你一個美編應該要編三版,FOR一實體版、FOR一電腦PC版、FOR—APP的手機版,他應該是編三版,這三版的裏頭,他的這種標準的字呀,標準的融,標準的操作都要有一定的框架,哪有哪有像哪有像你們這樣三個都分開排的呀,這個那個到時候再讓工程師寫程式直接這樣套,天底下哪有這種事情呀。

(延伸問題1)青年日報紙本在報版編版時能夠與手機、電腦相互共用,是否比較好?

答:對啦,所以你在編的時候,要由同一個人來編三款,我在國外看都是一個人編三版,一個套版套好後就在睏了,那若是分開就完蛋了,所以視覺不一樣,思維不一樣,思維邏輯也不一樣,啊請問一下我們不是在講數字融合,或者說我們講數位匯流,請問一下這種匯流當然會有行業別的匯流,他當然有產製端的匯流,他會有橫向匯流,他也會有縱向匯流,才叫converge,才叫融合麻,所以你的這三款好像不一樣,可是他在產製端,我跟你講,好像分地開開的,沒有啦,我跟你講,其實是融合的啦,那我也可以給你多一點錢啦,看是四萬我給你八萬好了,或給你七萬五,可是你得會這樣子編呀,其實你編給我呀,這個,本來就是這個

樣子呀,至於銷售再說吧,先把版面,先解決視覺的問題,對呀,先解決視覺的問題,視覺的問題這三款如果你不把他綁在一起,只是把他各自放開的話,這個東西是很差勁的,這個東西是很差勁的,你也聽得懂吧。

(延伸問題2)青年日報紙本在報版時,視覺化的效果能否吸引閱讀者是一件很重要的事情?

答:報紙我跟你講啦,你報紙是有多行,我直接跟你講新竹市啦,新竹市的報份多少,三千五版份,新竹市乀,四十二萬人,那算三千五百份,你那蘋果日報啊,青年日報是多少,你印多少是心酸的,我們不要去講啦,給你兩萬份好不好,鬼才會去看哩,除了軍人之外,啊我跟你講啦,那又怎麼樣,一個不能夠放在,一個在目前臺灣的這個部分,你版面給的再少,改的再怎麼樣,我再去講視覺麻,我只跟你講視覺,你那不懂的東西你不要亂講,我真的沒有看到,我真的沒有看到編輯系統那麼混亂的啦,因為,因為你在編的時候,一定是三位一體來編的呀,一定是三位一體來編的呀,啊都是同一個人來編,同一條新聞麻,啊編一編,就給他弄下去呀,所以你在這一個生產線,他有沒有,你去好好思考一下唷,我講完之後那個社長不知道會不會打我,啊就跟他說就這樣弄呀,沒有人像你這樣三個人,啊三個人去做三件工的呀,你哪有那多錢呀,啊這弄弄,啊這編編呀,啊反正就是這樣錄辦呀,啊哪有APP這樣編的呀,啊那就這樣弄弄就好啦,調一下相片,啊把他排版,啊加人廣告呀。

(延伸問題3)青年日報目前是由記者自己外出採訪,FACEBOOK再針對紙本改版 後新聞內容,依據記者採訪文稿及圖片,自行編輯標題及簡短介紹內文,並同步 將新聞內容連結轉貼發布,故其改版後新聞內容會相互引用且是由三組不同的人 在操作,這樣是否有效果?

答:可是你為什麼不把,可是你為什麼,我現在再跟你講的不是文字的整合,我的意思是你為什麼不是做視覺整合,那很奇怪呀,這種東西視覺你要整合呀,視覺要整合呀,系統要整合呀,系統你要整合呀,然後好處是你不要到時候跑

不動點不動呀,然後那時候再傻傻的不順的東西,這東西怎麼弄呀,所以在改版注意的時候,他們現在是相互割裂的麻,他沒有相互融通麻,然後沒有融通,因為你的,你在這個組織在派令的時候就是這個樣子呀,這個就是注定你到時候沒有辦法融合呀,你的組織的這個設定決定你未來的這種媒體的這種操作,你就是融不起來呀。

(延伸問題4) 囿於青年日報具有官方的色彩,導致有些傳統上必須遵守的規章以 及沒有辦法克服的困境,這對於未來在改版上的會有何影響?

答:沒有啦,到時候看點擊率,點擊率如果不如果杜聖聰一個人的FACEBOOK, 那就叫他去死死好了,他的他的部分就是他們都很認真,但是他們想把這東西耍 的開有沒有,就直接丟FACEBOOK好了,沒有那好幹啦,沒有那好幹啦,啊你在 那邊去講的時候,你現在是按照民進黨政府,你還是要拿出你的KPI麻,跟量化的 東西嘛,原則上是不OK的麻,我我我算錢就好了,你青報有多少人,給你一百人 好不好,算八十人好了,一個人算四萬好了,八十個人四萬,一個月,啊啊,一 個月大概就三千萬了,一個月花三千萬,然後,三千萬的話,一個月花三千萬, 然後那個請問一下,三千萬,那你一個月花掉三千萬的時候,你的點擊率的總數, 唷,點擊率的總流數,你的這種閱報的人,就是固定那一塊,然後,你三千萬投 下去的時候,然後,你的這種網路瀏覽率,全部加總,唷,不到,一個月啦,我 是講一個月啦,你可能加總,一天加起來不到兩萬次的再點,而且就是那種沒有 外託的能力,我為什麼要砸錢,我跟你講,你要是,你那東西拿到拿到那種拿到 坊間,坊間的部分,你就知道穩死了,你覺得不可能有人會弄,那是人家不去碰 你,你那個你那個要以業界的這種標準,你花三千萬,四千萬的這種標準,然後, 你去弄,你去學習,你去弄,啊結果點擊率跟閱報率你把他開始導入,請問一下 這有CP值嗎,我這個,你知道沒有,那請問一下那改瞭有意思嗎,不好意思呀, 文成聽到了一定很失望呀,唷,我覺得這是,這不知道這是三四千萬呀,搞不好 不止唷,搞不好不止,你說我們沒辦法我們也需要賺錢,你能賺多少,一個兩萬

份的小報紙你是要賺多少,啊,一天給你賺個二十萬廣告、案件,二十萬的廣告,這可以點嗎,這可以點嗎,你,啊,立方把他抓起來打,真的是唷,這種東西要公告麻,政令宣導麻,這也可以算廣告呀,沒關係呀,你告訴我廣告在哪裡。

(延伸問題5)青年日報改版後變小了,類似捷運報,這樣的改版是否有成效還是 該如何改進?

答:沒有用啦,我跟你說,你跟我說,你跟我說TOYOTA還是跟我說那些有的沒 的,沒關係呀,就這版呀,這版哪有二十萬,這版給你五萬、十萬,這版給你五 萬你就偷笑了,給你十萬,給你十萬呀,你厲害你去呀,你這樣要如何弄,這就 沒辦法去弄呀,這沒辦法去弄呀,啊,你如果沒有廣告你要如何去弄,你說都國 家出錢,啊國家出錢的時候,你一個月一個月出二三千萬,三千萬,啊啊啊一年 算兩千萬好了啦,啊你丟了兩億五千萬,啊養了一百個人,然後完全都沒有,完 全都沒有點擊率,如果我是蔡英文幕僚,我覺得績效要檢討,兩種,要嘛就活化, 活化他,然後導到導到這一種,影音的這一種媒體,影音壓,然後跟軍聞社,跟 軍聞社合併呀,一定這樣想麻,可是我就告訴你,那多危險,那有多少人沒飯吃, 你說,你自己,你在寫的時候自己去看呀,我說實際上要弄一定是這樣弄呀,如 果依我判斷,唷,就算我是國民黨,我幫國民黨也是這樣,你會覺得,要跟我拼 命呀,有甚麼好拼的,有甚麼好拼的,因為沒有效益麻,因為兩千多萬,你給一 個,你給ET-TODAY兩千多萬,他可以創造多少產值麻,啊,你要比他貴,聘的 人又比他少,錢又比較貴,那點擊量又是人家的幾十分之一,那就不沒效益呀, 所以,這邊是你在處理的時候最頭痛的問題,第一步是你根本沒有辦法導入KPI 呀,所以你在弄得時候,第一個是版面的版面的操作,我覺得這種東西大家可以 去講比較沒有傷害麻,唷,那版面的時候也要能有標準的SOP呀,結果你各弄各的, 你現在只是把事情做完,但是,唷,我覺得我的建議,如果我是孫立方,三個單 位的頭找來,閱報率告訴你,你就是這樣,然後,然後,然後,然後你,在這邊, 你的串流的點擊人數,後臺可以看對不對,APP也可以看,大家開始看,看你多少 人,你敢看嗎,你現在如果是這個樣子去看,還有救,你就是天天看,你不要去 跟我講別的,你看完之後你要不要,你要怎麼樣改麻,如果你,如果你不覺知, 這種點擊率,說甚麼,你的故事也沒有分享呀,故事也沒有傳頌呀,好呀,你告 訴我,KPI指標不要去盯,那你就去盯分享呀,你一個東西譬如去盯兩千人分享, 我也可以呀,我也可以呀,因為分享給B,分享的效果會很好,那你的KPI要定呀, 也就是說你在做的時候,文字也,文字的論述,視覺你都要操作跟平台裏的控管, 這些東西都要被揭露化,而且他必須,必須是被檢查的,他必須是被檢查的,對 不,可是我們沒有這樣檢查東西呀,我們沒有在檢查東西呀,我認為這是不對的, 我認為這是不對的麻,所以你現在要改進的事項是你是各自割裂麻,那請問一下, 你都不必在那邊唷,那我就在檢討你的成效呀,你有多少人在看呀,改版多少人 看嘛,我現在我現在也沒辦法說你給多少人看,你印幾份就給多少人看呀,要不 要打個五折,你現在假設你印兩萬份,實際上打五折就很美了,那又要人看,我 一萬人看,然後然後,然後接下來,你看起來好像三十天有三十萬人看,沒有啦, 還是一萬人看,我為了那一萬人,結果我砸了新台幣三千萬,這是決策者不應該 這樣子做嘛,唷,那個那個我們在管理的時候,不容易,不容易去做出這種決策 啦。

二、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面標題」構面上,某些 題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些 題項的見解如何?(例如:「標題字型的多樣性」、「標題使用併疊題」等這 兩個題項上)

答:沒有啦,我覺得在這個部分當中,唷,啊,他會這個樣子去看的時候,我覺得對標題,唷,他大概,我我我覺得比較OK的是,你要規範標題的字數呀跟版型跟字數,就同樣的東西你要多做兩三個版,到時候,你看編東西一定都是用套版的,編東西一定都是用套版的,編東西一定都是用套版的,編東西一定都是用套版的,編東西一定都是用套版的,所以你大概做三款做五款套版的東西,讓那套,

那套色票定準呀,字體定準呀,字距行距都定準,標題的所有的粗細,粗細都定 準,這個SOP要有,你就好弄了麻,你就好弄了麻,只是,唷,然後,然後他會不 會在甚麼,疊題還是字型,我跟你講以前也許會啦,現在,現在我都很保留啦, 就算會又怎樣,不好意思唷,你就一兩萬人,我覺得,因為因為你導到最後都會 變成甚麼,我要去看青年日報的時候,我要看青年日報的時候,我可能會去看網 路,可是你網路的東西要封閉呀,你流不出來給人家呀,所以你最好的方式是, 你的相關的訊息還是甚麼部分,要盡可能怎麼樣,盡可能跟大的平台,譬如說到 ET-TODAY合作, 唷, 流到大平台, 流到流到, 流到PCHOME, 流到大平台呀, 流到入口網站,你你你沒有辦法去改變你的內容,所以你要你要,做的東西是, 你要好好佈防,就是說,我這東西,需要怎麼樣極大化我的平台呀,不是你在那 邊弄標題啦,那個真的是,你現在馬上可以救活的是你要怎麼樣去思考,盤點平 台麻,盤點平台,然後激活他,那內容這個樣子過去,所以入口網站是多少個麻, 喔,然後,那個MOBO1,譬如說這個都有,還是這種軍事的雜誌的網站你通通都 要去弄,你你與其做得要死,倒不如盤點網站裏頭的通路啦,這個是我,這是我 那邊去講的,你改一個字,那孫就不願意去看呀,啊你去點一點,點一點的時候, 啊這個東西,點一下軍聞社的的影音直接串起來,啊可是問題是你說串就串唷, 你電腦電腦裏頭的容量,你的容量就讓人覺得卡卡的,人家會更加不爽,所以你 伺服器那些東西,你的雲那些東西要修呀,給人修到很順的呀,啊這不用大家來 開會,大家來說嗎,說要給我的電腦要走的贏,所以這個部分是這個樣子。

三、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版內容」構面上,某些題項 其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項 的見解如何?(例如:「新聞報導內容的充實程度」、「新聞報導內容是否更 貼近讀者」、「新聞內容字型的多樣性」、「新聞內容字數多寡」、「新聞內 容的『客觀性』程度」、「新聞報導的知識性程度」、「新聞報導的娛樂性程 度」、「『樂在生活』版新聞的豐富程度」、「新聞報導內容明確提升『青年日報』的品牌形象」、「新聞照(圖)片篇幅大小」等這十個題項上)

答:我跟你說字體字體真的不要多變化啦,這很白癡啦,我覺得高手唷,高手, 我跟你說編排的東西,真的,那個我還拿過時報金像獎呀,我二十二歲就拿時報 金像獎啦,這這這這個,時報金像獎我二十二歲就拿了啦,我只是不要去做那塊, 我覺得唷,多年教這種編輯的經驗,這個東西就像楊過,神鵰俠侶,「重劍無縫、 大巧不工」,兩個字體來換就換得很好的啦,不要不要換的五種八種,唯恐天下 不知不知你有多少那個,那會那會那CHEAP,這不是高手,兩三種,高手兩三種, 我們去認識一個版型,他其實是需要看到版的那一種所謂的圖像,圖像的視覺, 還有我們去辨識他其實是顏色,但是但是,但是你一直覺得字體的變化,弄個少 女體,弄個甚麼體,鋼筆體,這樣的東西去弄,我覺得是唯恐天下不知呀,但是 我覺得有品味的東西是視覺的結構跟顏色的結構去弄的,他不會是自己有結構 啦,所以字體的部分我覺得真的是不要弄太多啦,然後內容的客觀性還好、字數 真的不要太多啦,那我覺得這東西還好,「報導的知識性、娛樂性、豐富性」, 唷,然後,「報導內容明確提升『青年日報』的品牌形象」,嗯,沒有呀。

四、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版印刷程度」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「報紙『紙質觸感』程度」、「報紙整體『印刷清晰』程度」、「報紙整體『印刷色彩』的視覺呈現程度」等這三個題項上)答:版面印刷的這個部分,我其實覺得很重要,你們這些人都眼高手低,但是有一個小件,可是我覺得可能比印刷清晰呀,更重要的東西是報紙的紙,摸起來不一樣,要編的好,因為我跟你講啦,編到最後大家其實長出來的東西都差不多。(延伸問題1)青年日報改版的套色跟色彩的豐富性比摸起來的觸感更加重要?

答:可是我覺得決生死就是在這邊,頭版的二分之一,我們要弄得有新鮮,不要

說別的,頭版的二分之一,決生死麻,我怎麼會放這邊,我一定把奶媽放這邊,對不對,刺激眼球,我也不會像青報目前這樣子編,白癡唷,我來弄一定弄奶子快跳出來,沒有拍到乳尖,乳尖我不敢講,沒有沒有拍到乳溝就是失敗啦,這你的心臟要很強,就是對我們來講,沒有拍到乳溝你就該死麻,對不對,你的攝影給我帶一下,唷,帶一個月,應該會很兇悍,但你們拍到也沒用,又不敢用,唷,你這邊去講,你怎麼會把這個,你那個編輯的邏輯是有問題的呀,你怎麼會把路跑活動的這種六六旅的放這邊,放在前面。

(延伸問題2)青年日報在編版時還是會跳脫不了官方的色彩,較僵化八股這對於 未來在改版上的會有何影響?

答:對啦,軍方有關為誰而戰、為何而戰,那都是你家的事,那我告訴你嘛,我如果可以的話我這邊如果放兩個奶,如果這邊兩個奶,就放完之後,這邊就在稍微放小一點,對不對,我怎麼會,你去想麻,甚麼熱情揮灑汗水,第一個我不會這樣子編麻,我再舉個例子,這都是空的麻,他好像都在捧六六旅麻,為什麼捧六六旅,好奇怪唷,而且你那邊去講,我舉個例子,唷,F16-B,這種東西飛機就很漂亮,他就不要那個呀,他可能是這個樣子呀,啊,歷史上的今天就稍微,稍微去弄呀,你們都沒有那種圖表新文學的概念へ,簡單說,就是編完後要有那種懶人包,圖解甚麼的,當然也不可能做到大數據的圖表,做也要做很久呀。

五、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「報版版面編排設計」構面上, 某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於 這些題項的見解如何?(例如:「報紙新聞『主標題』的走文方式喜好」、「報 紙新聞『內文』的走文方式」、「報紙『同一版面』的標題字型樣式喜好」、 「報紙標題的字數喜好程度」、「對報紙『報頭』資訊呈現的喜好程度」、「資 訊圖表的美編與清晰程度」等這六個題項上)

答: 同上。

六、在修正式德菲法問卷結束後,我們發現到在「軍種報夾報效益」構面上,某些題項其重要性未達到共識而無法形成指標,請問依您的專業及經驗,對於這些題項的見解如何?(例如:「軍種報報紙『版面』色彩印刷的呈現程度」、「軍種報新聞報導內容的充實程度」、「軍種報新聞選擇來源的程度」等這三個題項上)

答:唷,然後,然後,我想講一件事情,甚麼版面指標,軍種唷,我覺得唷,如 果我可以排版唷,我就告訴你我覺得這樣子做,不是啦,我跟你講,你自己都活 不了,你還去做別的事,真的是很好笑,你先把自己激活了,在想辦法弄別的呀, 才能發揮母雞帶小雞的效益,對啦,這些忠誠報這些東西,要死就給它們死一死 啦,但我就是告訴你,我覺得誰大家最愛看,很簡單嘛,很簡單嘛,我在這邊就 是十萬塊,請蘋果日報的第一高手的組長,來幫我們組版,我告訴你我要改版對 不對,我要改版的人,我要改版,這個版的定版通通都不許動,同樣的內容,給 蘋果日報編,你看一下人家編的麻,你要不要給人家代編試一下,你要不要把很 漂亮的這種高手好好編一下,二十萬我跟你買一個版面,然後弄完之後我用三年, 這樣也划算呀,這樣也划算呀,二十萬,你幫我設計,你找聶永珍,找那一種很 會很會視覺的那種,那一種像蘋果,還是以前壹週刊,現在都是,但是我跟你講 現在最當紅的這種設計,包括幫我把版型這樣子做出來,我也可以花一百萬來買 版型,你都不用去作調查唷,一買完之後,這種東西就定了,唷。所以我覺得, 我應該給你的建議唷,就是說唷,假設你真正的,你真正的solution,我覺得,你 覺得甚麼報紙編的好看,譬如說天下,我覺得這一型的,你就不要動麻,就是文 字都給他,相片都給他,來給他編,標題給你,來給他編,我用十萬塊跟你買。

(延伸問題1)青年日報在改版後運用專業的人才來幫忙編版是否有助於改版後的效益?

答:對呀,你先把版型做出來麻,先不要給他看嘛,真的應該怎麼做嘛,你怎麼編都是一個樣,編完之後,我們在用編的東西你可以接受的,給你們的頭來看,

哪一種是可以接受的,來給他定下來,照SOP走,照這樣來做,不是像你現在這樣 忙得這樣又自己做,自己弄,自己爽,我以前唷,在玩酒家的時候唷,那些女人 唷,她們的頭髮唷,有的像波浪一樣看起來很爽,有些人看起來像恨天高,頭髮 就尖尖的,你拿一個報紙去,你拿一個紙去,她就可以把你割成兩半,那種東西 叫恨天高,我在講啥意思,你看起來,你在RUN這些東西的時候,RUN這些東西 的時候,你的品味好不好,其實很大的部分,到最後的決定,都在你的視覺啦, 視覺去定你的文字,你的標題,你的表格,你的思考,你的布置呈現,都在你的 視覺,視覺上面,所以誰才是決生死,不是你總編輯呀,不是你社長啦,是你的 美編啦,該版的美編啦,所以假設我這東西編起來是十六版或是二十版,以四為 單位,這東西可能是二十版,那請問一下你該怎麼辦,啊,我就告訴你這二十版 裏頭,我就找出哪幾款編法,哪幾款的編法,我應該去買他的這種視覺的版型呀, 我應該唷,我應該把視覺的版型先買下來,這才是正解,不是像現在這種方式, 這種方式,弄下去編,我很專業,你很厲害,那就叫別人編呀,編一編,我們在 來看呀,但我先去看,唷,譬如說,我是感覺,我感覺那個遠見還是天下,這種 口味比較像我們,可能較沒辦法,可能較安靜,我覺得勁周刊可以,弄一弄,總 有你喜歡的麻,對不對,人家編好後,我們就直接去用呀,你說你要去自己改, 哀,閉門造車呀,啊你說我是絕代高手呀,我也知道你是絕代高手呀,你是沒聽 過抑止而驕唷,你是沒聽過抑止而驕唷,這個這個真的是很可惜唷,我希望軍方 的版型可以弄得更好,可是版型你講大的,版型講大的,你直接,就是他一定要 想辦法跟那個,唷,平面跟PC跟APP手機去做聯合,而且這種聯合還要有,唷, 還要後面STORE,那種儲存的伺服器呀,唷,的這一種,還要不要有雲呀還是甚 麼東西那種去講,第二個,這種東西在RUN的時候,我要急速優化我各種平台的 接觸,我內容我就算了啦,我內容就是無償提供麻,但是我要怎麼極大化,然後, 我要不要去付我的上架費,你不要說跟我合作,誰要跟你合作呀,不是,當你一 個月給他二十萬,他幫你PO的時候,你可能賺的是五十萬的投資報酬率,你幹不

幹,你你你你有很多選項嗎,但是我覺得這種東西真的就是要去弄,然後,平面在編的時候,唷,他的一些作業的準則,就是先委外編,編完之後,我們在導入,這是我對青年日報的看法,要成為喜見樂聞的部分,唷,我當然知道你有很多框架,可是,你再有框架的話,唷,孩子,你再不來的話,媽媽都老了,媽媽都死了,你沒有多少時間可以這樣子去體驗了,所以你要跟,軍方也不是獨立存在的,軍方所有的媒體一定是青年日報編的最好呀,可是,你目前編起來就需要好好去講一下,版型嗎,へ,這已經是六七年,版型人家所有的顏色、這種字體、人家的字句的這一個部分,人家怎麼樣的東西去弄呀,啊,然後,搭配的色票,搭配的色彩跟版型呀,算組合機率呀,怎麼拆解呀,然後,這種色彩要怎麼樣,是前進是後退,還是色相對比,這東西他理論上應該要有一個SOP,理論上要有一個SOP,他看起來才會比較斯穆斯麻,唷,我們也希望,我們也希望,這種東西可以弄得比較OK,我不曉得有沒有回答到你的問題,好像跟你這邊設定的差很多,我也很不好思,但是我覺得你這樣好像沒辦法解決問題,對不起,因為講完後只敢講心裡話,可是心裡話我怕含金量太少,就是影響二位的論文,那就是我的罪過了。



National Defense University

附錄 5 本研究修正式德菲法第一回合問卷

敬爱的各位先進,您好:

感謝您在百忙之中參與本研究填寫此份問卷,本研究問卷調查係研究者 為撰寫碩士學位論文所設計的,論文題目為:「青年日報改版後效果表現指 標建構之研究—以民國106年度改版為例」。係有關『建構軍報報版改版後效 果表現指標』之修正式德菲法問卷。

久仰先進長期觀察與研究國內新聞工作發展,或者實際參與採訪、報紙編排而有豐富的理論與實務經驗,為借重貴先進多年從事新聞工作及研究之專業認知,特別邀請先進撥冗填寫下列問卷。期望由於您的參與和付出,從中獲得重要參考項目、數據以提供決策者參考依據,您的協助對於強化「青年日報」在報紙改版後的經營方針與編報模式建構其效果表現指標的實證研究,將具有重要的貢獻,在此對您致上最崇高敬意與謝意。

唯問卷中必定會有許多盲點與考慮不問之處,敬請各位先進不吝指教; 您所提供的寶貴意見將對本研究的問延及完整性有重大的幫助。本問卷僅供 學術研究之用,受訪者填寫之內容將予嚴格保密,所有的答案僅供資料分析, 不做個別披露,亦不會另作它用,敬請放心填寫,本份問卷特此聲明,以保 障您的權益,感謝您的支持與合作,並對耽誤您寶貴的時間致上最深的歉意!

另由於研究進度之故,此問卷寄發與回收日期均十分緊迫;如造成您的 困擾與不便,在此深表歉意敬請海涵。再次感謝您的支持與鼎力相助;並請 您儘量撥冗於接獲問卷後一週內回覆【除本問卷外,另附有改版前青年日報 一份、改版後青年日報一份(內夾各軍種報刊)可自行參酌無須寄回,僅問卷 填寫完畢後,隨回郵信封寄回即可】,若有任何其它指教,敬請逕行與後輩 聯絡,不勝感激!!

敬祝身體健康!萬事如意!

國防大學政治作戰學院新聞研究所

指導教授:傅文成博士

研究生: 孫承祖敬啟

電話:0985-205876、0939-526007

E-mail: dragons007wiselv@gmail.com

「青年日報報版改版效果表現指標建構」第一回合問卷

【填答說明】

※請依序閱讀各項條例敘述,並於量表上勾選您對於該敘述內容的同意程度。

※下列答案均有6個等級,從6~1選項中勾選出您對於該項敘述內容之同意程度,其中「6」代表非常重要;「5」代表很重要;「4」代表重要;「3」代表不重要;「2」代表很不重要;「1」代表非常不重要。

※倘若專家對於問卷中所冊列有任何增列意見,或針對題旨尚有其它 評論或寶貴意見,請不吝於第三部份「修改意見」留白處賜教。

第一部分:

請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報報版改版後之看法及重要性。

le de de e	- 17 75 14 1 - 1 0 75		APS/DIL					
報版版面	· 標題構面:本項共8題		100	3				
項次	指標名稱	內容敘述	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
1.	標題文字的吸引程度	標題的文字內容是否能夠 吸引讀者閱讀。						
2.	標題字體的大小	標題字體大小讓讀者閱讀 起來的舒適程度。						

3.	標題字型的多樣性	標題字型的呈現是否具有 多樣化的特性,能夠有效吸 引讀者閱讀。			
4.	標題字數多寡	報版版面標題字數的多 寡,是否掌握新聞內容核心 議題,易於讀者閱讀。			
5.	標題色彩的豐富性	標題套色色彩是否讓人耳目一新,但又不會讓人眼花撩亂。			
6.	標題的知識性	編輯針對新聞標題下標時,是否具知識性、呈現關 鍵字,可吸引讀者注意。			
7.	主標題與子標題契合程度	編輯對於報版版面下標的 主標題與子標題兩者之間 是否允當。			
8.	標題的運用	編輯對於標題的運用會不 會讓讀者因為看到新聞標 題而想要連結到青年日報 臉書,兩者之間的流動情 形。			



National Defense University

報版內容	S構面:本項共20題							
項次	指標名稱	內容敘述	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
1.	新聞報導內容的充實 程度	針對報導內容的充實與豐富程度,是否每日集結國內外新聞大事,使官兵讀者立即掌握天下事,滿足資訊需求。						
2.	新聞報導內容的類型	各版中哪一種類型的新聞報導最易吸引讀者閱讀。						
3.	新聞報導內容是否更 貼近讀者	新聞報導內容是否採讀者取向,有關生活議題強調,如:對加官兵退伍的就以,以達動,以達動,以達動,以達動,以達動,以達動,以達動,以達動,以達動,以達						
4.	新聞內容字體的大小	內容字體大小讓人閱讀起 來更舒適。	D					
5.	新聞內容字型的多樣 性	文章內容字型是否具有多樣性,能夠有效吸引讀者閱讀。	rsi	ty.				
6.	新聞內容字數多寡	新聞報導內容的字數多 寡,是否掌握新聞議題核 心,易於讀者閱讀。						
7.	新聞內容「閱讀流暢」 程度	新聞的內容是否讓讀者在 閱讀時,感覺流暢、心領神 會。						

8.	新聞內容的「客觀性」 程度	針對新聞報導的內容,是否讓讀者感覺到客觀。				
9.	新聞內容的「正確性」	針對新聞報導的內容,其正				
θ.	程度	確性程度。				
	 新聞報導的「消息來源	針對新聞報導內容的消息				
10.	可靠性」程度	來源,是否具有一定的可靠				
		性。				
11.	新聞報導題材的廣泛	新聞報導的題材是否廣泛				
	性	蒐集,讓讀者能接受。				
		有關軍事新聞報導的專業				
10	to on to the state of the stat	程度是否具有一定的水準				
12.	新聞報導的專業深度。	與深入的分析,讓讀者深感				
		報導的內容具有深度與專	T /			
	M/I	業性。	. \ /			
	42 B 47 送 77 7 VI 1.1 49	軍事新聞報導是否具有一	Ø1	1		
13.	新聞報導的知識性程	定程度的知識性,讓讀者閱				
	度	讀起來深感獲益良多,甚至	17/4	7		
		有實質上的助益。		/		
	新聞報導的娛樂性程	有關休閒娛樂的新聞報導				
14.	度	是否具有一定程度的娛樂				
		性,以吸引讀者閱讀。				
	「新世紀勁旅」版新聞	針對軍事武器報導是否涉				
15.	的專業程度	略多國軍事發展,報導內容				
		是否專業且深入剖析。				
16.	「樂在生活」版新聞的	針對休閒娛樂方面的報導	Û			
	豐富程度	其豐富程度是否吸引讀者。	EK			
	新聞報導內容明確提	青年日報有關軍事新聞報	92	0		
17.	升「青年日報」的品牌	導的內容對其形象提升程				
	形象	度是否有一定程度的影響。				
	National I	讀者喜愛圖像化思考,資訊	rsi	Cy		
18.	新聞資訊圖表的內容	圖表的內容是否能吸引讀				
		者閱讀。				
19.	新聞照(圖)片篇幅大	新聞照(圖)片在報版各版				
10.	小	面的比例大小是否合宜。				
20.	新聞照(圖)片數量	照(圖)片數量在報版各版				
40.	神	面的比例多寡是否合宜。				

報版印刷	月程度構面:本項共5題							
項次	指標名稱	內容敘述	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
1.	報紙「紙質觸感」程度	報紙的紙張印刷品質及觸 感程度是否讓人感受到舒 適。						
2.	報版整體「印刷套色」 程度	報紙的紙張材質、印刷套色 精美程度是否讓人驚豔。						
3.	各版面「色彩豐富性」程度	報紙紙張各版面套色色彩 是否具有豐富性及多樣 化,讓人耳目一新。						
4.	報紙整體「印刷清晰」 程度	報紙的文字及圖片等印刷 清晰度是否讓人感覺清 楚、乾淨。						
5.	報紙整體「印刷色彩」 的視覺呈現程度	報紙印刷時,整體的色彩的 樣式與呈現方式是否讓人 感到舒適。						



報版版面	報版版面編排設計構面:本項共15題										
項次	指標名稱	內容敘述	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要			
1.	報紙「同一版面」的新 聞照片組合程度	報版同一版面中,新聞照片 的組合排列是否讓人感覺 到舒適。									
2.	報紙新聞照片內容喜 好程度	讀者對新聞照片內容的好 感程度。									
3.	報紙新聞事件的「照片 呈現方式」喜好	讀者對新聞事件中照片呈 現方式的喜好程度。									
4.	報紙新聞「主標題」的 字型樣式	讀者對報版新聞中「主標題」字型樣式的好感程度。									
5.	報紙新聞「主標題」的 走文方式喜好	讀者對報版新聞中「主標題」走文方式是否易於閱讀。									
6.	報紙新聞「內文」的走 文方式	讀者對報版新聞「內文」走 文方式是否易於閱讀。									
7.	報紙使用的標題大小 喜好	讀者對報版使用的標題大 小是否合宜。									
8.	報紙「同一版面」的標 題字型樣式喜好	讀者對報版「同一版面」標 題字型樣式的好感程度。									
9.	報紙標題的字數喜好 程度	讀者對報版標題字數多寡 的好感程度。									
10.	報紙「版面」色彩呈現 喜好	讀者對報紙「版面」色彩呈 現的好感程度是否讓人眼 睛為之一亮。	rsi	ij							
11.	認為報紙的哪些「美術 編輯」手法,可以增加 閱讀的動感及變化性	報紙適時地運用美術編輯 的方法,是否可以增加閱聽 眾閱讀的興趣或吸引力。									
12.	對報紙新聞所搭配的 圖片圖表喜好種類	讀者對新聞內容與所搭配 的圖片或圖表的好感程度。									

13.	對報紙「報頭」資訊呈 現的喜好程度	讀者對報紙「報頭」資訊呈 現的的好感程度。			
14.	報版版面圖文編排	版面圖片與文字的編排是 否更易於讀者閱讀。			
15.	資訊圖表的美編與清 晰程度	美編應具備發想活潑化,加 強資訊圖表設計能力,並加 強其清晰程度。			



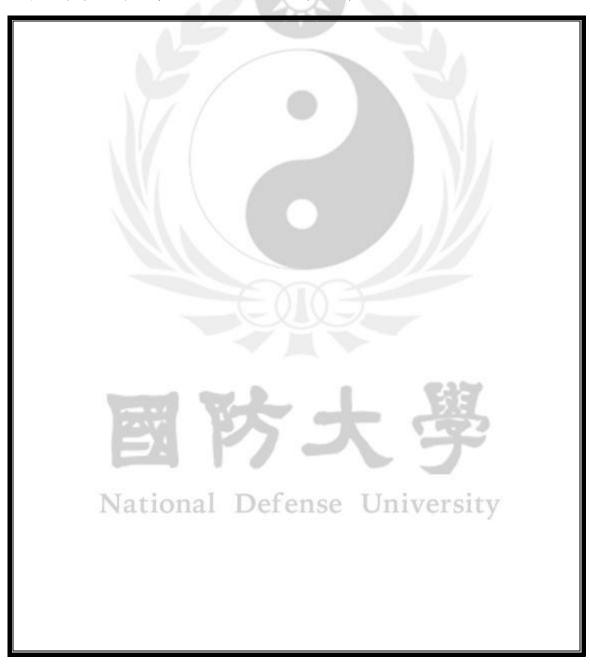
國防大學

第二部份:請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報 報版改版後,將軍種報併隨夾報之看法。

軍種報列	·報效益構面:本項共7題	<u></u>						
項次	指標名稱	內容敘述	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
1.	軍種報併隨青年日報 夾報的感覺程度	將軍種報併隨青年日報一 併夾報的做法是否認同。						
2.	軍種報標題文字的吸 引程度	報紙標題的文字與內容是 否能夠吸引讀者閱讀。						
3.	軍種報報紙「版面」色 彩印刷的呈現程度	讀者對報紙「版面」色彩印刷呈現的好感程度,是否讓人眼睛為之一亮。		6				
4.	軍種報報版內圖片的 編排程度	同一版面中,圖片的組合與 編排是否能讓讀者接受、產 生好感。						
5.	軍種報報紙內容新聞 寫作方式程度	報紙內文字的寫作方式是 否讓讀者易於閱讀。						
6.	軍種報新聞報導內容 的充實程度	新聞報導的內容是否讓讀 者感覺到充實與豐富。						
7.	軍種報新聞選擇來源 的程度	報紙內新聞報導的內容選 擇是否讓閱讀者感到具有 可靠性、專業性或吸引力。						

「青年日報報版改版效果表現指標建構」第一回合問卷 第三部份:

請於下列表中,詳述您對上述指標內容之意見、可以合併之題號以及對於合併之原因,或提出您認為其他有關青年日報改版後,在版面編輯或選擇新聞報導內容、題材指標等之創見。



附錄 6 本研究修正式德菲法第二回合問卷

敬爱的學者/專家,您好:

首先向您表達個人最誠摯的謝意,感謝您在百忙之中撥冗參與「青年日報報版改版效果表現指標建構」之問卷填答,亦由於您的熱心協助,前次「青年日報報版改版效果表現指標建構」第一回合問卷已順利完成。許多先進的寶貴意見,對於軍報報版改版後效果指標建構,助益良多(參與德菲法小組人員,敬請參照表1)。然因第一回合問卷有許多盲點與考慮不周之處,對於若干概念或現象並未予以嚴格的定義,甚至於衝突的解讀與詮釋。且以德爾菲法來研究軍報報版改版效果是較為罕見的嘗試,復鑒於研究者本身經驗的不足,問卷中若干題目的設計,確實有改善的空間。因此,在第二回合的問卷調查中,您與其他專家於第一回合用卷中表達之意見,已轉為統計數據,並列入本回合問卷中。現除附上第一回合問卷的統計資料與各種意見外,也將若干問卷題目予以修正,期能作為您在填答第二回合問卷時之參考(請見填答範例說明)。本回合問卷在回收您與其他學者/專家的意見後,仍將以統計數據方式呈現德菲法小組共同之意見,您對於本回合之問卷題項如有任何修改或補充意見,亦歡迎提出與其他專家分享,而您所提出之意見仍將以匿名方式呈現,敬請放心作答。

再次叨煩先進撥冗填寫第二回合問卷,深感抱歉,但因運用德爾菲法的原始目的就是邀請各位專家進行一場「不見面的會議」,因此第二回合問訪的功能就是「在參酌他人意見後重新思考自己意見並有再修正的機會」。為使研究繼續進行並順利圓滿結束,敬請您一本協助末學進行研究之初衷,惠予填寫第二回合問卷,不勝感激之至!另再次感謝您的參與,在填答問卷中,如有任何問題歡迎以電子郵件、手機簡訊、Line訊息,或來電賜教。本問卷填答完畢之後,懇請惠予於七日內以回郵信封或利用E-mail方式回覆,或通知研究者親往執收,若有任何疑問請和我們連絡。

敬頌

身體健康!萬事如意!

國防大學政治作戰學院新聞研究所

指導教授:傅文成博士

研究生:孫承祖敬啟

電話: 0985-205876、0939-526007

E-mail: dragons007wisely@gmail.com

表1

專業領 域	編號	姓名	職稱	備考
		王烱華	蘋果日報資深記者	
軍事新		呂昭隆	中國時報記者	
聞記者		高凌雲	聯合晚報採訪組副主任	
(產界)		程嘉文	聯合報記者	
		羅添斌	自由時報記者	
		孫立方	青年日報社長	
青年日		方正	青年日報副社長兼總編輯	
報		楊宏康	青年日報副總編輯	
(官界)		王勇智	青年日報數位組組長	
		黄一翔	青年日報採訪組組長	
		杜聖聰	銘傳大學廣電系專任助理教授兼系 主任	第二回合開 始實施問卷
市宁组		倪炎元	銘傳大學傳播學院院長	
專家學 者	_ A	周慶祥	文化大學新聞系專任助理教授	
(學界)		黄肇松	世新大學新聞系客座教授	
(子か)	1.3	閻亢宗	康寧大學副教授	
	1/	羅彥傑	文化大學新聞系專任助理教授	僅實施第一 回合問卷
		羅國禎	軍聞社政綜組長	1
<u>fir</u>	1.117	何暉宗	空軍司令部文宣組	
一般 閱聽眾	10, 10, 1	姜至修	國防部心戰大隊	7
1兄 3心 4人		陳臣亭	海軍陸戰隊 66 旅步 3 營 8 連	
	10	祈欣儀	陸軍53工兵群	1

◎姓名排序軍方按階級高低,其餘專家按筆畫多寡排列

【填答範例說明】

若該題項為紅字,則表示在前一回合中,有專家於第二部分「開放式問卷」中提出意見,係參酌各專家意見所修改。

報版版品	面標題構面:本	項共8題	1						
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	前次「專家意見分布」百分				
1.	標題文字的 吸引程度	標題的文字內容是否能 夠吸引讀者閱讀。	(12)	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	Unive	21%	43%	36%	0%	0%	0%
平均數標準差	11000	4. 86 0. 77	011110	請方	令下方	欄位	勾選	您的方	意見
四分位表	Ě	0.50			P				

- 1.「平均數」代表所有人評分加總後,對該指標意見的平均分數。
- 2.「標準差」代表意見和平均數離散的差距,數字愈小,代表 大家的意見趨向平均數。
- 3.「四分位差」代表所有人意見的變異程度,數值越小代表大 家意見的共識程度越高。

「專家意見分佈百分比」代 表上一回合選擇每個選項 的人數比例,比例越高,代 表選擇該選項的人越多。

「青年日報報版改版效果表現指標建構」第二回合問卷

第一部分:

請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報報版改版後之看法及重要性。

	面標題構面:本	項共 <mark>7</mark> 題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	「專	家意見	見分布	「」百	分比
1.	標題文字的 吸引程度	標題的文字內容是否能 夠吸引讀者閱讀。	110	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		50%	40%	10%	0%	0%	0%
平均數	W	5. 40		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差 四分位差	<u>E</u>	0.681							
3.	標題字型的 多樣性	標題字型的呈現是否具 有多樣化的特性,能夠 有效吸引讀者閱讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	- 6	10%	35%	50%	5%	0%	0%
平均數		4. 50		請方	請於下方欄位勾選您的意見				
標準差四分位差	£	0. 761							
4.	標題字數多寡		Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合資料統計			20%	45%	30%	5%	0%	0%
平均數		4. 80		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見

標準差		0.834							
四分位差	É	0.5							
5.	標題色彩的豐富性	標題套色色彩是否讓人 耳目一新,但又不會讓 人眼花撩亂。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		15%	45%	40%	0%	0%	0%
平均數	平均數 4.7			請方	(でする)	欄位	勾選	您的意	意見
標準差四分位差	É	0.801							
7.	主標題與子標題契合程度	編輯對於報版版面下標 的主標題與子標題兩者 之間是否允當。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	11	20%	45%	25%	10%	0%	0%
平均數	0.7	4. 75	11/1	請方	(です	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	ę.	0.910							
8.	標題的運用	編輯對於標題的運用會 不會讓讀者因為看到新 聞標題而想要連結到青 年日報臉書,兩者之間 的流動情形。	The last	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		30%	30%	25%	10%	5%	0%
平均數	Natio	nal Defen4.70	Unive	請方	ぐ下 方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差	é	1.174							
四分位差	L L	I							

9.	標題使用併疊題	標題可使用併疊題,強 化某些標題關鍵字,避 免標題字多變字很小, 或標題字少,字變大	新增題項	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合資料統計								
平均數		新增題項		請方	令下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差	標準差新增題項		6]]
四分位差	四分位差 新增題項								



內容敘述	您的前次 填答意見	前次	「專	家意見	見分布	「」百	分比
ACCUPATION .	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
合資料統計		35%	35%	25%	0%	5%	0%
1///			ぐ下 方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 1.05 四分位差 1							
新聞報導內 新聞報 新聞報 新聞報 新聞 的 我们,有關是不不不知识,有關是不不不知,有關,有關,有關,有關,有關,而,而,而,而,而,而,而,而,而,而,而,而,	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
合資料統計		40%	30%	25%	5%	0%	0%
平均數 5.05		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 0.945 四分位差 1							
全	对程 对程 对程 对程 数 數 數 實 日 , 新 五 實 日 , 新 五 實 日 , 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一 一	專	其答意見	其答意見	東答意見	填答意見	對對報導內容的充實與 豐富程度,是否每日集 豐富程度,是不重要,使官兵讀器需求。 日合資料統計 4.95 1.05 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1

4.	新聞內容字體的大小	內容字體大小讓人閱讀起來更舒適。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		10%	40%	45%	5%	0%	0%
平均數		4. 55		請方	ぐ下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	標準差 0.75 四分位差 0.								
5.	新聞內容字 型的多樣性	文章內容字型是否具有 多樣性,能夠有效吸引 讀者閱讀。	111	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	·資料統計		0%	20%	55%	25%	0%	0%
平均數		3. 95		請於下方欄位勾選您的意					
標準差	101	0.686	11						
四分位差		0.375							
6.	新聞內容字 數多寡	新聞報導內容的字數多 寡,是否掌握新聞議題 核心,易於讀者閱讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	-	5%	45%	35%	15%	0%	0%
平均數		4.40		請方	ぐ下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	Natio	0.821 0.5	Unive						
8.	新聞內容的「客觀性」程度	針對新聞報導的內容, 是否讓讀者感覺到客 觀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
_	第一回合	資料統計		15%	25%	55%	5%	0%	0%

平均數		4.50		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見	
標準差		0.827								
四分位差	É	0.5								
9.	新聞內容的 「正確性」程 度	針對新聞報導的內容, 其正確性程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
	第一回合	·資料統計	34.	70%	20%	5%	5%	0%	0%	
平均數 5.5			-	請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見	
標準差四分位差	<u>£</u>	0.826	1							
10.	新聞報導的 「消息來源 可靠性」程度	針對新聞報導內容的消 息來源,是否具有一定 的可靠性。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
	第一回合	資料統計		55%	35%	5% 5% 0% 09				
平均數		5. 40	-	請於下方欄位勾選您的意見					意見	
標準差四分位差	É	0.821								
11.	新聞報導題材的廣泛性	新聞報導的題材是否廣 泛蒐集,讓讀者能接 受。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
	第一回合	資料統計	Unive	25%	35%	35%	5%	0%	0%	
平均數		4. 75		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見	
標準差四分位差	É	0. 967 0. 875								

12.	新聞報導的專業深度	有關軍事新聞報導的專業程度是否具有一定的 水準與深入的分析,讓 讀者深感報導的內容具 有深度與專業性。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	·資料統計		65%	20%	15%	0%	0%	0%
平均數		5. 45		請方	令下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差	2	0. 887							
四分位差	Ē.	0.5	-	_	_	-	_	_	·
13.	新聞報導的 知識性程度	軍事新聞報導是否具有 一定程度的知識性,讓 讀者閱讀起來深感獲益 良多,甚至有實質上的 助益。	Rec	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		40%	35%	20%	5%	0%	0%
平均數		5. 05	7	請於下方欄位勾選您的					
標準差	177	0. 999	11	П					
四分位差	É	0.875							
14.	新聞報導的 娛樂性程度	有關休閒娛樂的新聞報 導是否具有一定程度的 娛樂性,以吸引讀者閱 讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		20%	25%	50%	0%	5%	0%
平均數		4.50		請方	令下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	Natio	1. 051 0. 5	Unive						
15.	「新世紀勁 旅」版新聞的 專業程度	針對軍事武器報導是否 涉略多國軍事發展,報 導內容是否專業且深入 剖析。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		20%	50%	25%	0%	5%	0%

平均數		4. 75		請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差		1.020		П					
四分位差		0.5							
	「樂在生活」 版 新 聞 的 豐 富程度	針對休閒娛樂方面的報 導其豐富程度是否吸引 讀者。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	4	5%	40%	50%	0%	5%	0%
平均數		4. 30		請方	青於下方欄位勾選您的意			意見	
標準差四分位差	A 2-	0.865	10						
17.	新聞報導內 容明確提升 「青年日報」 的品牌形象	青年日報有關軍事新聞 報導的內容對其形象提 升程度是否有一定程度 的影響。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		55%	30%	10%	0%	5%	0%
平均數		5. 25		請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差 四分位差		1. 118 0. 5							
II 18. I	新聞資訊圖 表的內容	讀者喜愛圖像化思考, 資訊圖表的內容是否能 吸引讀者閱讀。	17	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
第一回合資料統計		~資料統計	Unive	25%	- 7	10%	0%	0%	0%
平均數 5.15 請於下方欄位勾				勾選	您的意	意見			
標準差四分位差		1.118							

19.	新聞照(圖) 片篇幅大小	新聞照(圖)片在報版各版面的比例大小是否合宜。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		30%	40%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 95		請於下方欄位勾選您的意				意見	
標準差	ė	0. 826							
四分位差	7.				_		_		
20.	新聞照(圖) 片數量	照(圖)片數量在報版各版面的比例多寡是否合宜。	N. P.	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		20%	50%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 85	3	請於下方欄位勾選您的				您的意	意見
標準差	1111	0. 745	/ //						
四分位差	EL .	0.5							



報版印刷	问程度構面:本	項共5題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	:「專	家意見	見分布	了」百	分比
1.	報紙「紙質觸 感」程度	報紙的紙張印刷品質及 觸感程度是否讓人感受 到舒適。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	冷資料統計		5%	40%	40%	10%	0%	5%
平均數		4. 25		請方	令下方	「欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	<u> </u>	1.070							
2.	報版整體「印 刷套色」程度	報紙的紙張材質、印刷 套色精美程度是否讓人 驚豔。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		20%	45%	30%	5%	0%	0%
平均數		4. 80		請方	ぐ下 方	「欄位	勾選:	您的意	意見
標準差 四分位差	É.	0.834	-						
3.	各版面「色彩豐富性」程度	報紙紙張各版面套色色 彩是否具有豐富性及多 樣化,讓人耳目一新。	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合資料統計			15%	50%	35%	0%	0%	0%
平均數	平均數 4.8			請方	ぐ下 方	7欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	£	0.696							

4.	報紙整體「印 刷清晰」程度	報紙的文字及圖片等印 刷清晰度是否讓人感覺 清楚、乾淨。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		35% 35% 30% 0% 0%				0%	0%
平均數		5. 05		請於下方欄位勾選您的意見				意見	
標準差四分位差	· ·	0.826							
5.	報紙整體「印 刷色彩」的視 覺呈現程度	報紙印刷時,整體的色 彩的樣式與呈現方式是 否讓人感到舒適。	111	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	~資料統計		35% 35% 30% 0% 0% 0				0%	
平均數		5. 05	7	請於下方欄位勾選您的意					意見
標準差四分位差	差	0.826							



報版版面	面編排設計構面	:本項共 <mark>14</mark> 題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	「專	家意見	見分布	「」百	分比
3.	報紙新聞事 件的「照片呈 現方式」喜好	讀者對新聞事件中照片呈現方式的喜好程度。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		25%	50%	25%	0%	0%	0%
平均數		5. 00	1	請方	ぐ下 方	「欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	<u>E</u>	0. 725 0. 75							
4.	報紙新聞「主 標題」的字型 樣式	讀者對報版新聞中「主標題」字型樣式的好感程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		20%	50%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 90		請方	ぐ下 方	「欄位	勾選	您的意	意見
標準差	÷	0.718							
四分位差	報紙新聞「主 標題」的走文 方式喜好	0.5 讀者對報版新聞中「主 標題」走文方式是否易 於閱讀。	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合資料統計			10%	40%	50%	0%	0%	0%
平均數		4. 60		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 四分位差	É	0.681							

6.	報紙新聞「內文」的走文方式	讀者對報版新聞「內文」走文方式是否易於閱讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		10%	35%	50%	5%	0%	0%
平均數		4.50		請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	至	0. 761 0. 5	34.						
7.	報紙使用的 標題大小喜 好	讀者對報版使用的標題 大小是否合宜。	1910	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		25%	35%	35%	5%	0%	0%
平均數		4.80		欄位	勾選:	您的意	意見		
標準差	777	0.894	- 11						
四分位差	É	0.875	11/1/						
8.	報紙「同一版 面」的標題字 型樣式喜好	讀者對報版「同一版面」 標題字型樣式的好感程 度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	- 4	5%	40%	55%	0%	0%	0%
平均數		4. 50	-	請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	E Natio	0. 607 0. 5	Unive						
9.	報紙標題的 字數喜好程 度	讀者對報版標題字數多 寡的好感程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合資料統計			10%	50%	40%	0%	0%	0%

平均數		4. 75		請方	ぐ下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差		0.716							
四分位差	É	0.5							
10.	報紙「版面」 色彩呈現喜 好	讀者對報紙「版面」色彩呈現的好感程度是否讓人眼睛為之一亮。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	4	10%	50%	40%	0%	0%	0%
平均數	_ A	4. 70		請方	冷下方欄位勾選您的意			意見	
標準差	é	0.657	1						
四分位差	認為報紙的	0.5		6	5	4	3	2	1
11.	哪些「美法別問題」等法別問題,其一個問題,其一個問題,其一個問題,因為一個問題,可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以可以	報紙適時地運用美術編 輯的方法,是否可以增 加閱聽眾閱讀的興趣或 吸引力。		0 非常重要	3 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		35%	25%	40%	0%	0%	0%
平均數		4. 95		請方	() 下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差		0.887							
四分位差	7 H.	1							
12.	對報紙新聞 所搭配的圖 片圖表喜好	讀者對新聞內容與所搭 配的圖片或圖表的好感 程度。		6 非常重要				1 非常不重要	
第一回合資料統計		Ullive	20%	40%	40%	0%	0%	0%	
平均數		4. 85		請方	請於下方欄位勾選您的意			意見	
標準差四分位差	É	0.745							

13.	對報紙「報頭」資訊呈現的喜好程度	讀者對報紙「報頭」資訊呈現的的好感程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		35%	25%	30%	10%	0%	0%
平均數		4. 85		請方	ぐ下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差		1.040							
四分位差	É	10 25							
14.	報版版面圖 文編排	版面圖片與文字的編排是否更易於讀者閱讀。	11/1	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		30%	45%	25%	0%	0%	0%
平均數		5. 05	9	請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差	101	0. 759	11						
四分位差	É	0.875	11						
15.	資訊圖表的 美編與清晰 程度	美編應具備發想活潑 化,加強資訊圖表設計 能力,並加強其清晰程 度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	- 4	40%	30%	30%	0%	0%	0%
平均數	= :	5. 10	-			欄位			
標準差		0.852							
四分位差	Natio	nal Defense	Unive						
16.	頭版版面製作的獨特性	頭版的版面製作要有獨 特性,也就是讀者是否 對這則報導的內容有所 共鳴。	新增題項	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計							

平均數	新增題項	請於下方欄位勾選您的意見					意見
標準差	新增題項						
四分位差	新增題項						



第二部份:請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報報版改版後,將軍種報併隨夾報之看法。

軍種報办	交報效益構面:	本項共7題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	「專	家意見	見分布	「」百	分比
1.	軍種報併隨 青年日報 報 報 度	將軍種報併隨青年日報 一併夾報的做法是否認 同。	1	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計	7	10%	15%	40%	20%	10%	5%
平均數	NE	3. 80		請於下方欄位勾選您的意			意見		
標準差 四分位差		1. 281 0. 875							
2.	軍種報標題 文字的吸引 程度	報紙標題的文字與內容 是否能夠吸引讀者閱 讀。		6 5 4 3 2 4 事 要 2 很不重要 要 8 6 非常重要 8 7 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1				很不	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		40%	20%	25%	10%	0%	5%
平均數		4. 75		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 四分位差		1. 372 1							
3.	軍種報報紙 「版面」色彩 印刷的呈現 程度		Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		30%	25%	30%	10%	0%	5%
平均數		4. 60		請於下方欄位勾選您的意				意見	
標準差四分位差	<u> </u>	1.314							

	银報版 片的編 E	同一版面中,圖片的組 合與編排是否能讓讀者 接受、產生好感。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第一回合	資料統計		25%	25%	40%	5%	0%	5%
平均數		4. 55		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差 四分位差		1. 234 0. 875	3						
	银報紙 新聞寫 【程度	報紙內文字的寫作方式 是否讓讀者易於閱讀。	741	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
Ā	第一回合	資料統計	7	25%	35%	30%	5%	0%	5%
平均數		4. 65		請方	ぐ下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 四分位差	91	1. 226 0. 875							
	银新聞 內容的 E度	新聞報導的內容是否讓 讀者感覺到充實與豐 富。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
A. E.	第一回合	資料統計	- 2	30%	25%	30%	10%	0%	5%
平均數	=) \	4.60	-	請方	ぐ下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	atio	1.314 nal Defensel	Unive						
軍種幸	银新聞 來源的	報紙內新聞報導的內容 選擇是否讓閱讀者感到 具有可靠性、專業性或 吸引力。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
Ŷ	第一回合	資料統計		30%	20%	35%	10%	0%	5%

平均數	4.55	請於下方欄位勾選您的意見						
標準差	1. 317							
四分位差	1							



「青年日報報版改版效果表現指標建構」第二回合問卷

第三部份:

請於下列表中,詳述您對上述指標內容之意見、可以合併之題號以及 對於合併之原因,或提出您認為其他有關青年日報改版後,在版面編 輯或選擇新聞報導內容、題材指標等之創見。



附錄7 本研究修正式德菲法第三回合問卷

敬愛的學者/專家,您好:

首先向您表達個人最誠摯的謝意,感謝您在百忙之中撥冗參與「青年日報報版改版效果表現指標建構」之問卷填答,亦由於您的熱心協助,前次「青年日報報版改版效果表現指標建構」第二回合問卷已順利完成。囿於第二回合施測時,部分專家/學者因故無法參與研究,故德菲法小組人員略有更動,敬請參照表1。您與其他專家於第二回合在問卷中表達之意見,已轉為統計數據,並列入本回合問卷中。現除附上第二回合問卷的統計資料與各種意見外,也將若干問卷題目予以修正,期能作為您在填答第三回合問卷時之參考(請見填答範例說明)。本回合問卷在回收您與其他學者/專家的意見後,仍將以統計數據方式呈現德菲法小組共同之意見,您對於本回合之問卷題項如有任何修改或補充意見,亦歡迎提出與其他專家分享,而您所提出之意見仍將以匿名方式呈現,敬請放心作答。

再次叨煩先進撥冗填寫第三回合問卷 (最後一回合),深感抱歉。為使研究繼續進行並順利圓滿結束,敬請您一本協助末學進行研究之初衷,惠予填寫第三回合問卷,不勝感激之至!另再次感謝您的參與,在填答問卷中,如有任何問題歡迎以電子郵件、手機簡訊、Line訊息,或來電賜教。本問卷填答完畢之後,懇請惠予於三日內以回郵信封或利用E-mail方式回覆,或通知研究者親往執收,若有任何疑問請和我們連絡。

敬頌

身體健康!萬事如意!

國防大學政治作戰學院新聞研究所

指導教授:傅文成博士

研究生: 孫承祖敬啟

電話:0985-205876、0939-526007

E-mail: dragons007wisely@gmail.com

-1/41				
專業領 域	編號	姓名	職稱	備考
	3.	王烱華	蘋果日報資深記者	
軍事新	4.	呂昭隆	中國時報記者	
聞記者	5.	高凌雲	聯合晚報採訪組副主任	
(產界)	6.	程嘉文	聯合報記者	
	7.	羅添斌	自由時報記者	
	2.	孫立方	青年日報社長	
青年日	3.	方正	青年日報副社長兼總編輯	
報	4.	楊宏康	青年日報副總編輯	
(官界)	5.	王勇智	青年日報數位組組長	
	6.	黄一翔	青年日報採訪組組長	
	5.	杜聖聰	銘傳大學廣電系專任助理教授兼系 主任	第二回合開 始實施問卷
市戸田	6.	倪炎元	銘傳大學傳播學院院長	7, -, , ,
專家學 者	7.	周慶祥	文化大學新聞系專任助理教授	
る (學界)	8.	黄肇松	世新大學新聞系客座教授	
(子か)	9.	閻亢宗	康寧大學副教授	
	10.	羅彥傑	文化大學新聞系專任助理教授	僅實施第一 回合問卷
	4.	羅國禎	軍聞社政綜組長)
_ 6n	5.	何暉宗	空軍司令部文宣組	1
一般 閱聽眾	6.	姜至修	國防部心戰大隊	7
闭弧机	7.	陳臣亭	海軍陸戰隊 66 旅步 3 營 8 連	
	8.	祈欣儀	陸軍 53 工兵群	7

◎姓名排序軍方按階級高低,其餘專家按筆畫多寡排列

【填答範例說明】

若該題項為紅字,則表示在前一回合中,有專家於第二部分「開放式問卷」中提出意見,係參酌各專家意見所修改。

報版版	面標題構面:本	項共8題								
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次「專家意見分布」百 比						
1.	標題文字的 吸引程度	標題的文字內容是否 能夠吸引讀者閱讀。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
	第二回合	資料統計	Univ	21%	43%	36%	0%	0%	0%	
平均數		4.86		請方	下方	欄位	勾選	您的	意見	
標準差四分位	差	0. 77 0. 50			7					

- 1.「平均數」代表所有人評分加總後,對該指標意見的平均分數。
- 2.「標準差」代表意見和平均數離散的差距,數字愈小,代表 大家的意見趨向平均數。
- 3.「四分位差」代表所有人意見的變異程度,數值越小代表大 家意見的共識程度越高。

「專家意見分佈百分比」代 表上一回合選擇每個選項 的人數比例,比例越高,代 表選擇該選項的人越多。

「青年日報報版改版效果表現指標建構」第三回合問卷

第一部分:

請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報報版改版後之看法及重要性。

報版版面	石標題構面:本	項共2題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	了專	家意見	見分布	「」百	分比
3.	標題字型的 多樣性	標題字型的呈現是否具 有多樣化的特性,能夠 有效吸引讀者閱讀。	11/1	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		10% 40% 50% 0% 0%				0%	
平均數	W	4. 60	3	請於下方欄位勾選您的意見				意見	
標準差		0. 681	9]
四分位差	<u>t</u>	0.5	111						
9.	標題使用併疊題	標題可使用併疊題,強 化某些標題關鍵字,避 免標題字多變字很小, 或標題字少,字變大		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	8	20%	25%	35%	15%	5%	0%
平均數		4.40		請於下方欄位勾選您的意				意見	
標準差四分位差	EA Natio	1. 142 0. 5	Unive						

報版內容	京構面:本項共	12題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	に「專	家意見	見分布	「」百	分比
1.	新聞報導內 容的充實程 度	針對報導內容的充實與 豐富程度,是否每日集 結國內外新聞大事,使 官兵讀者立即掌握天下 事,滿足資訊需求。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		40%	40%	20%	0%	0%	0%
平均數		5. 20		請方	ぐ下 方	「欄位	勾選	您的意	意見
標準差	_4//	0.768							
四分位差3.	新聞報導內別點	0.5 新者強新退軍迷島膩勞稿會氣期和的知性的議群兵柔提里用增訊滿處。生性供放發的對於與,以等實寫層所對於與,以等實寫層所對於與,以等實寫層點,如資以等實寫層點,對於與人人,則兵的與人人,則兵的與人人,則	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	~資料統計		70%	20%	10%	0%	0%	0%
平均數		5. 60		請方	請於下方欄位勾選您的意			意見	
標準差		0. 681							
四分位差	E C	0.5							

4.	新聞內容字體的大小	內容字體大小讓人閱讀起來更舒適。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		25%	45%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 95		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差四分位差	41	0. 759 0. 875							
5.	新聞內容字 型的多樣性	文章內容字型是否具有 多樣性,能夠有效吸引 讀者閱讀。	111	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	~資料統計		0%	20%	45%	35%	0%	0%
平均數	1700	3. 85		請方	ぐ下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差	101	0. 745	11						
四分位差		0.5							
6.	新聞內容字 數多寡	新聞報導內容的字數多 寡,是否掌握新聞議題 核心,易於讀者閱讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	- 2	5%	60	35%	0%	0%	0%
平均數		4. 70		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 四分位差	Natio	0.571	Unive						
8.	新聞內容的 「客觀性」程 度	針對新聞報導的內容, 是否讓讀者感覺到客 觀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		15%	30%	55%	0%	0%	0%

平均數		4. 60		請方	令下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差		0.754							
四分位差		0.5							
11.	新聞報導題 材的廣泛性	新聞報導的題材是否廣 泛蒐集,讓讀者能接 受。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	-	25%	45%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 95		請方	令下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差		0. 759							
四分位差	<u>E</u>	0.875							
13.	新聞報導的 知識性程度	軍事新聞報導是否具有 一定程度的知識性,讓 讀者閱讀起來深感獲益 良多,甚至有實質上的 助益。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		50%	40%	10%	0%	0%	0%
平均數		5. 40)	請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差		0. 681]]	
四分位差		0.5							
14.	新聞報導的 娛樂性程度	有關休閒娛樂的新聞報 導是否具有一定程度的 娛樂性,以吸引讀者閱 讀。	(12)	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	Unive	5%	45%	5%	0%	0%	0%
平均數		4. 55		請方	令下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差		0.605							
四分位差		0.5							

16.	「樂在生活」 版新聞的豐 富程度	針對休閒娛樂方面的報 導其豐富程度是否吸引 讀者。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		5%	45%	50%	0%	0%	0%
平均數		4. 55		請方	ぐ下 方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差四分位差	差	0.605 0.5							
17.	新聞報導內 容明確提升 「青年日報」 的品牌形象	青年日報有關軍事新聞 報導的內容對其形象提 升程度是否有一定程度 的影響。	111	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		70%	30%	0%	0%	0%	0%
平均數		5. 70	- /	請方	ぐ下 方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差四分位差	差	0.470							
19.	新聞照(圖) 片篇幅大小	新聞照(圖)片在報版各 版面的比例大小是否合 宜。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	- 4	50%	50%	0%	0%	0%	0%
平均數	-	5. 50		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差四分位差	Natio	0. 513 0. 5	Unive						

報版印刷	削程度構面:本	項共 <mark>4</mark> 題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	に「專	家意見	見分布	「」百	分比
1.	報紙「紙質觸 感」程度	報紙的紙張印刷品質及 觸感程度是否讓人感受 到舒適。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		10%	55%	30%	5%	0%	0%
平均數	17	4. 70		請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	Ę.	0. 733							
3.	各版面「色彩豐富性」程度	報紙紙張各版面套色色 彩是否具有豐富性及多 樣化,讓人耳目一新。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		15%	55%	30%	0%	0%	0%
平均數		4. 85	-	請方	ぐ下 方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	É	0. 671	_ 8						
4.	報紙整體「印刷清晰」程度	報紙的文字及圖片等印 刷清晰度是否讓人感覺 清楚、乾淨。	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		35%	50%	15%	0%	0%	0%
平均數		5. 20		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差四分位差	É	0.696							

5.	報紙整體「印 刷色彩」的視 覺呈現程度	報紙印刷時,整體的色 彩的樣式與呈現方式是 否讓人感到舒適。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合資料統計			35%	55%	10%	0%	0%	0%
平均數		5. 25		請方	ぐ下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差 0.639]
四分位差	差	0.5							



報版版面	五編排設計構面	: 本項共10題							
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次	「專	家意見	見分布	「」百	分比
5.	報紙新聞「主 標題」的走文 方式喜好	讀者對報版新聞中「主標題」走文方式是否易於閱讀。	7	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		5%	45%	50%	0%	0%	0%
平均數	N/	4. 55		請方	令下方	欄位	勾選	您的意	意見
標準差	2	0.605							
四分位差6.	報紙新聞「內 文」的走文方	0.5 讀者對報版新聞「內文」 走文方式是否易於閱 讀。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		5%	25%	70%	0%	0%	0%
平均數		4. 35		請方	ぐ下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差四分位差	<u>E</u>	0.587	- 5						
7.	報紙使用的 標題大小喜	讀者對報版使用的標題大小是否合宜。	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	~資料統計		10%	55%	30%	5%	0%	0%
平均數		4. 70		請方	ぐ下 方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差	¢	0.733							
四分位差	<u>.</u>	0. 5							

8.	報紙「同一版 面」的標題字 型樣式喜好	讀者對報版「同一版面」 標題字型樣式的好感程 度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		5%	45%	45%	5%	0%	0%
平均數		4. 50		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差		0. 688							
四分位差	É	0.5	4.0						
9.	報紙標題的 字數喜好程 度	讀者對報版標題字數多 寡的好感程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		5%	60%	30%	5%	0%	0%
平均數	1///	4. 65		請方	ぐ下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差	7.007	0. 671							
四分位差	É	0.5							
10.	報紙「版面」 色彩呈現喜 好	讀者對報紙「版面」色彩呈現的好感程度是否讓人眼睛為之一亮。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計	_ 3	10%	60%	30%	0%	0%	0%
平均數	-	4.80		請方	令下方	欄位	勾選:	您的意	意見
標準差		0.616	-						
四分位差	Natio	0.5	Linive			Ш			
11.	以增加閱讀	報紙適時地運用美術編 輯的方法,是否可以增 加閱聽眾閱讀的興趣或 吸引力。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
	第二回合	資料統計		30%	45%	25%	0%	0%	0%

平均數		5. 05		請方	(下方	欄位	重要 0% 1 1 1 2 1 2 1 2 1 3 1 4 1 3 1 4 1 4 1 4 1 4 1 4 1 4 2 4 3 4 4		
標準差		0. 759							
四分位差		0. 875							
13.	對報紙「報 頭」資訊呈現 的喜好程度	讀者對報紙「報頭」資訊呈現的的好感程度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	不	很不重	
	第二回合	資料統計	40	35%	35%	25%	5%	0%	0%
平均數	A	5.00		請方	ぐ下方	欄位	勾選?	您的意	意見
標準差		0. 918		П					
四分位差	Ž.	1							
15.	資訊圖表的 美編與清晰 程度	美編應具備發想活潑 化,加強資訊圖表設計 能力,並加強其清晰程 度。		6 非常重要	5 很重要	4 重要		很	
第二回合資料統計		資料統計		40%	45%	15%	0%	0%	0%
平均數		5. 25		請方	請於下方欄位勾選您的意				
標準差		0. 716							
四分位差		0. 5							
16.	頭版版面製作的獨特性	頭版的版面製作要有獨 特性,也就是讀者是否 對這則報導的內容有所 共鳴。		6 非常重要	5 很重要	4 重要		很	
第二回合資料統計		Unive	50%	25%	25%	0%	0%	0%	
平均數 5.25			請方	ぐ下 方	欄位	勾選?	您的意	意見	
標準差		0.851]				
四分位差		0.875							

第二部份:請依照您的專業判斷,評估下列各項敘述對當前青年日報報版改版後,將軍種報併隨夾報之看法。

軍種報夾報效益構面:本項共5題										
項次	指標名稱	內容敘述	您的前次 填答意見	前次「專家意見分布」百分比					分比	
2.	軍種報標題 文字的吸引程度	報紙標題的文字與內容 是否能夠吸引讀者閱 讀。	1	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
第二回合資料統計				30%	45%	25%	0%	0%	0%	
平均數		5. 05		請於下方欄位勾選您的意見						
標準差四分位差	É	0. 759 0. 875								
3.	軍種報報報 「版面」色彩 印刷的呈現 程度	彩印刷呈現的好感程		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
第二回合資料統計				20%	40%	40%	0%	0%	0%	
平均數 4.80				請於下方欄位勾選您的意見						
標準差 四分位差		0.768	_ 5							
4.	軍種報報版 內圖片的編 排程度	同一版面中,圖片的組 合與編排是否能讓讀者 接受、產生好感。	Unive	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要	
	第二回合資料統計			15%	45%	40%	0%	0%	0%	
平均數 4.75			請方	令下方	「欄位	勾選	您的点	意見		
標準差 四分位差		0.716								

6.	軍種報新聞 報導內容的 充實程度	新聞報導的內容是否讓 讀者感覺到充實與豐 富。		6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
第二回合資料統計				40%	30%	30%	0%	0%	0%
平均數 5.10			請方	請於下方欄位勾選您的					
標準差 四分位差		0.852							
7.	軍種報新聞 選擇來源的 程度	報紙內新聞報導的內容 選擇是否讓閱讀者感到 具有可靠性、專業性或 吸引力。	1910	6 非常重要	5 很重要	4 重要	3 不重要	2 很不重要	1 非常不重要
第二回合資料統計			20%	30%	50%	0%	0%	0%	
平均數 4.70		9	請於下方欄位勾選您的意見						
標準差四分位差		0.801							



「青年日報報版改版效果表現指標建構」第三回合問卷

第三部份:

請於下列表中,詳述您對上述指標內容之意見、可以合併之題號以及 對於合併之原因,或提出您認為其他有關青年日報改版後,在版面編 輯或選擇新聞報導內容、題材指標等之創見。

